2007年1月10日発行（毎月1回10日発行）第10巻 第1号 通巻100号

PACHINKO・PACHISLOT・AMUSEMENT

経営者の必読誌

Amusement Japan

月刊 アミューズメント ジャパン

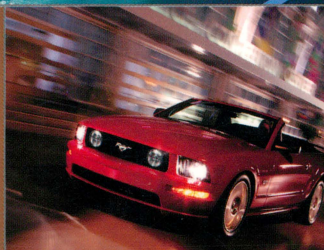
JANUARY 2007 Vol.10 No.100

1

SPECIAL INTERVIEW

グッドウィル・グループ
折口雄博 会長

経済アナリスト
森永卓郎 氏

京楽産業.
榎本善紀 社長

SPECIAL FEATURES
2007年は業界史上最悪の波乱の年!?

5号機ショックを乗り越えろ

新時代対策クリニック
業界トップコンサルと専門家がノウハウを公開

勝ち残る営業戦略

INTERVIEW
注目企業トップが語る

正栄プロジェクト
美山正広 社長

M.I.Dジャパン
三井慶満 社長

マルハン
韓 裕 副社長

DESIGN WORKS＞
●イーグルアールつくば店／茨城県 ●メトロヒルズ／和歌山県
●茂原スパシオ／千葉県 ●でるでる羽生店／埼玉県 ●プレイランドキャッスルワンダー店／愛知県

美川憲一がサラリーマン!? これってアリ!?

PSC対応
パーラー・サポート・クレジット

賞与

美川憲一、
特命営業マン就任!

美川
さそり座のサラリーマン

新年あけましておめでとうございます

http://www.oizumi.co.jp
本社特機事業部 〒243-0018 厚木市中町2-7-10 TEL 046−297−2115(代)
東京本部 〒110-0015 東京都台東区東上野1-8-2 TEL 03−5807−8111(代)

OIZUMI NEO

Cat's Eye
美しき、スリル。
CR
CAT'S EYE
手軽に安く遊べる
パチンコ・パチスロキャンペーン
パチンコ・パチスロは変わる!
全国にぞくぞく登場しています。
©北条 司／NSP 1981 版権許諾証 GE-216

PERSONAL+

パーソナルの導入で 玉箱運びがなくなれば・・・

- スタッフ人数1/2以下で 人件費が半分以下になります
- 力仕事がなくなれば 働き易い楽しい職場になります
- スタッフが定着して 採用難とその費用が軽減されます
- 少数精鋭のスタッフで 充実したお客様サービスができます
- 女性スタッフ中心にすれば ホールの雰囲気が一変します
- パーソナルランプは多彩に出玉感の演出効果を引き出します
- 自席で玉計数ができて 閉店間際まで稼働率を押し上げます
- 島間通路ス～イス～イで 災害時の安全避難もOKです
- 遊技客台毎の玉管理で 不正行為の防止が容易になります
- 島内玉数1/4 島間の渡り不要で 島補給の投資額も抑制できます
- 社員研修・ロッカー・制服貸与などの経費が半分になります
- 大型店になれば その経済的効果は一層大きくなります

先進技術と信頼のパートナー――――――――――――― 株式会社 マースエンジニアリング

札幌/仙台/大宮/千葉/東京/西東京/横浜/静岡/名古屋/大阪/京都/広島/福岡/鹿児島

〒160-0022 東京都新宿区新宿1-10-7
TEL 03-3352-2048 FAX 03-5360-6882

全国に広がるサービスステーション 札幌SS/北見SS/盛岡SS/仙台SS/郡山SS/新潟SS/高崎SS/水戸SS/大宮SS/千葉SS/東京SS/西東京SS/長野SS/横浜SS/静岡SS/浜松SS/甲府SS/名古屋SS/金沢SS/大阪SS/京都SS/兵庫SS/広島SS/岡山SS/松山SS/福岡SS/熊本SS/鹿児島SS/沖縄SS

ホール経営者様

謹啓

「遊べるパチンコ」へ原点回帰

売上高 VS 収益額
どっちが大切ですか?

売上のためなら台の入替えですか

それが営業方針なら仕方がないですね

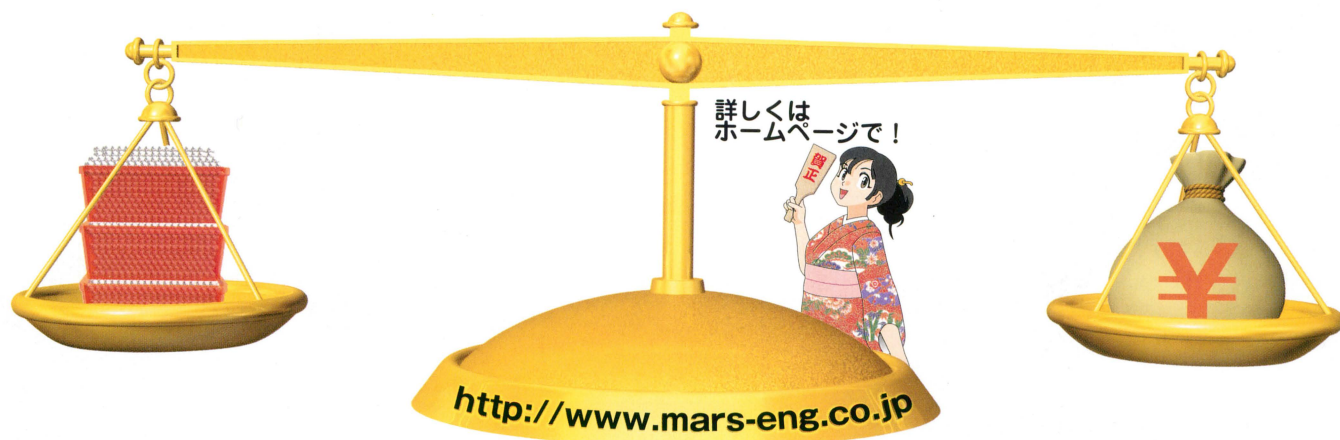
世間では「入るを量りて 出を制す」と・・・

これ利益配分のことで 台の稼ぎ不足なら

まず経費削減して お客様サービスを!

生意気云ってゴメンなさい。

m(_ _)m

謹白

グローリー ホールコンピュータ

G-tage

出玉率管理

出玉率により遊技台の特性を把握し
これからのホール経営を強力にサポート。

スロットモードシミュレーション

過去のデータに基づき明日の割数、粗利を予想し、参照しながらのモード設定が可能。
スロット5号機時代に対応するメリハリの効いた営業が行なえます。

島1

台番	指示	本日モード	出玉率		明日モード
			本日	期間	
352	アケ	1	59.7	96.8	2
353		1	120.3	98.3	1
355		2	104.6	95.1	2
356	アケ	2	56.6	100.0	3
357		5	60.8	93.9	5
358		1	134.3	101.9	1
360		2	75.4	99.5	2

		出玉率	補正割数	補正台粗利	補正台売上	補正総売上	補正総粗利
機種別集計	本日実績	104.0	1.227	−9,580	42,157	3,752,000	−852,640
	明日予測	95.3	0.792	4,462	21,483	1,912,000	397,140
全店集計	本日実績			1,033	20,459	36,417,000	1,837,980
	明日予測			1,423	23,851	38,491,000	2,220,520

明日の割数を瞬時に表示

ホール演出機能

リアルタイムでホール内の状況を把握できるので、大当りが集中したコーナー(機種・島)で台ランプによる光の演出が行なえ、今迄にないホール空間を創造できます。

グローリー ホールコンピュータ
G-tage GL-1000 series www.glory-lincs.co.jp/

グローリーリンクス株式会社

〒110-0005 東京都台東区上野 7-12-14 住友不動産上野ビル4号館
Phone (03) 5828-4631 www.glory-lincs.co.jp/

カタログのご請求、製品に対するお問い合わせは、お近くの営業所までお願いいたします。

ジー・エー・エム株式会社

本 社 〒003-0822 札幌市白石区菊水元町二条1-5-20 TEL (011) 875-1234
稚 内 TEL (0162) 22-5801　旭 川 TEL (0166) 27-0123
北 見 TEL (0157) 25-0123　函 館 TEL (0138) 48-0123
釧 路 TEL (0154) 23-1231　帯 広 TEL (0155) 26-1234

株式会社 北日本ノバックス

本 社 〒984-0012 宮城県仙台市若林区六丁の目中町3-6 TEL (022) 287-5151
北海道 TEL (011) 836-1311　札 幌 TEL (011) 836-1311
旭 川 TEL (0166) 63-5377　釧 路 TEL (0154) 25-8004
仙 台 TEL (022) 287-5151　青 森 TEL (0177) 82-0571
秋 田 TEL (018) 880-2130　盛 岡 TEL (019) 658-1031
山 形 TEL (023) 635-8020　郡 山 TEL (024) 959-2921
いわき TEL (024) 627-8088

ジーケーエス株式会社

本 社 〒326-0338 栃木県足利市福居町386-3 TEL (0284) 70-6202
宇都宮 TEL (028) 621-5246　前 橋 TEL (027) 252-8883

グローリーリンクス株式会社

東 京 TEL (03) 3845-8522　仙 台 TEL (022) 292-7341
水 戸 TEL (029) 224-3381　大 宮 TEL (048) 651-0109
千 葉 TEL (043) 305-0338　東京西 TEL (042) 548-4551
横 浜 TEL (045) 836-3077　甲 府 TEL (055) 231-8673
名古屋 TEL (052) 759-4131　松 本 TEL (0263) 27-8441
静 岡 TEL (054) 238-1241　三 重 TEL (059) 213-3380
大 阪 TEL (06) 6150-0036　京 都 TEL (075) 647-3172
和歌山 TEL (073) 426-2091　岐 阜 TEL (058) 394-3020

株式会社 北越ノバックス

本 社 〒921-8805 石川県石川郡野々市町稲荷4-93 TEL (076) 294-5281
金 沢 TEL (076) 294-5281　富 山 TEL (076) 493-2191
新 潟 TEL (025) 273-1441　長 岡 TEL (0258) 46-0667
長 野 TEL (026) 291-0577　松 本 TEL (0263) 39-7878

ジーピーエム株式会社

本 社 〒670-0993 兵庫県姫路市千代田町731-1 TEL (0792) 97-2121
姫 路 TEL (0792) 98-6363　神 戸 TEL (078) 222-7222
岡 山 TEL (086) 245-0766　米 子 TEL (0859) 22-8305
福 山 TEL (084) 920-2825　広 島 TEL (082) 262-4131
山 口 TEL (0839) 72-6414　北九州 TEL (093) 941-8950
福 岡 TEL (092) 474-9110　佐 賀 TEL (0952) 33-1580
長 崎 TEL (095) 824-4885　大 分 TEL (0975) 43-1822
熊 本 TEL (096) 212-3007　宮 崎 TEL (0985) 54-6969
鹿児島 TEL (099) 250-4811　沖 縄 TEL (098) 898-8420

株式会社 四国ノバックス

本 社 〒790-0056 愛媛県松山市土居田町33-1 TEL (089) 947-6332
松 山 TEL (089) 947-6332　高 松 TEL (087) 815-1456
徳 島 TEL (088) 664-8899　高 知 TEL (088) 831-0605

株式会社 光新星

本 社 〒574-0044 大阪府大東市諸福5-13-12 TEL (072) 873-2300
札 幌 TEL (011) 836-1311　旭 川 TEL (0166) 63-5377
釧 路 TEL (0154) 25-8004　大 宮 TEL (048) 652-1071
水 戸 TEL (029) 309-5451　宇都宮 TEL (028) 638-7601
高 崎 TEL (027) 320-7551　南埼玉 TEL (048) 946-7111
東 京 TEL (03) 5807-5227　新 宿 TEL (03) 5302-4641
千 葉 TEL (043) 201-5081　柏 TEL (04) 7164-6332
横 浜 TEL (045) 470-8870　西東京 TEL (0426) 39-1570
湘 南 TEL (0466) 29-8721　甲 府 TEL (055) 268-5162
静 岡 TEL (054) 288-8812　沼 津 TEL (055) 927-2535
浜 松 TEL (053) 413-0066　名古屋 TEL (052) 354-0018
岡 崎 TEL (0564) 71-7407　岐 阜 TEL (058) 272-5777
京 都 TEL (075) 803-1270　三 重 TEL (059) 369-3311
大 阪 TEL (072) 873-8051　南大阪 TEL (072) 458-8051
難 波 TEL (06) 6633-8051　尼 崎 TEL (06) 4962-5400
神 戸 TEL (078) 265-1851　姫 路 TEL (0792) 53-2213
岡 山 TEL (086) 246-3939　広 島 TEL (082) 263-5880
山 口 TEL (083) 974-4951　米 子 TEL (0859) 37-5515
福 岡 TEL (092) 471-7181　北九州 TEL (093) 591-7181
大 分 TEL (097) 556-7188　長 崎 TEL (095) 881-1797
鹿児島 TEL (099) 283-6566　熊 本 TEL (096) 379-7300
宮 崎 TEL (0985) 24-7181　沖 縄 TEL (098) 863-5735

さらに パワーアップ!!

新しいDKスクールが今ここに!

スクールのご案内

DK-SISの営業データをバックボーンとしたノウハウを勉強できる唯一のスクールです。「他店との競争に勝つ」「効果的に社員を教育したい」という要望に人材面でお応えすべく各種スクールを開講しています。すでに受講された方々からは「技術・知識レベルの向上が図れた」「自分の実力のレベルがわかり意欲が高まった」といった声をいただいています。

DK釘活用スクール

ホールコンピュータのデータを十分に活用しながら、個々の台の特性を活かした釘管理をするためのスクール。基礎と応用の2コースがあり、両コースとも遊技台の活用指導だけでなくデータの検証や試射もおこない、理論的かつ実践的な釘管理を学んでいただけます。

開講場所／東京スクール（上野）・大阪スクール（新大阪）

基礎コース（3日間）

・釘の活用経験のない方
・基礎知識を勉強されたい方
●受講料（1名様）
DK-SIS会員様 ¥63,000
非DK-SIS会員様 ¥168,000

応用コース（4日間）

・釘の活用経験をお持ちの方
・データに基づいた釘の活用技術を習得したい方
●受講料（1名様）
DK-SIS会員様 ¥168,000
非DK-SIS会員様 ¥273,000

データ管理スクール

データ管理用コンピュータに取り込まれた台データやホールデータを読み取り、営業戦略を練るスキルを身につけるためのスクールです。受講対象者の経験年数や専門に応じて、「基礎コース」「パチンココース」「パチスロコース」の3つのコースをご用意しています。

開講場所／東京スクール（上野）・大阪スクール（新大阪）

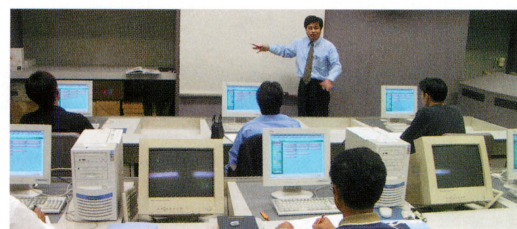
基礎コース（2日間）

・業界経験のない方
・データを基礎から学びたい方
●受講料（1名様） ¥52,500

パチンココース（3日間）

・基礎用語を理解している方
・営業データ管理ノウハウを習得したい方
●受講料（1名様） ¥52,500

パチスロコース（2日間）

・基礎用語を理解している方
・効率的なモード管理ノウハウを習得したい方
●受講料（1名様） ¥52,500

※受講料に関しましてはいずれも消費税込みとなっております。　※交通費、宿泊費はご本人様の負担になります。

お問い合わせ・お申し込みは
スクール専用電話またはホームページにて。

TEL 0568-88-7187　FAX 0568-88-8071
http://www.daikoku.co.jp/school.html

お問い合わせは
ダイコク電機株式会社

●本部事業所 0568-88-7121
●北日本支店 022-263-7121
●関東支店 03-3844-7121
●中部支店 0568-88-7120
●西日本支店 06-6394-7121
●九州支店 092-441-7121
●札幌営業所 011-708-6151
●茨城営業所 029-852-7120
●北関東営業所 048-600-0665
●岡山営業所 086-244-7791
●広島営業所 082-874-7531
●盛岡出張所 019-604-7161
●新潟出張所 025-287-7121
●金沢出張所 076-265-7151
●松本出張所 0263-47-7301
●高松出張所 087-866-7131
●宮崎出張所 0985-22-7271

セキュリティは次のステージへ
SECURITY THE NEXT STAGE

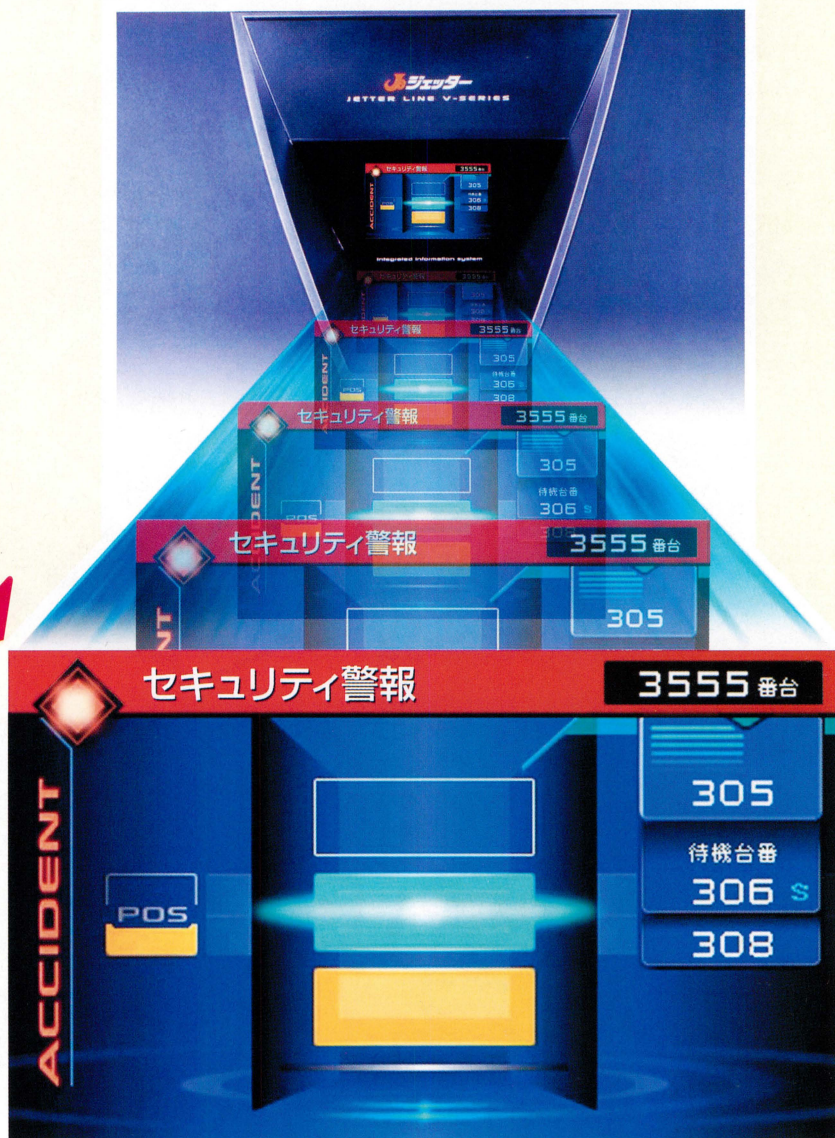
進化し続けるジェッターライン。目指したのはNo.1

ジェッターライン

セキュリティ頭脳を持ったジェッターライン

示し警報ランプが点灯すると同時にメダル補給を停止！

本製品の内容は改良のため予告なく変更されることがあります。

日付と時間を記録
超マルチ監視機能搭載

◎表示部のボタンを押すと画面が変わり
詳細な内容を図解で表示します。

新感覚と発想で商品開発
株式会社ジェッター

本　　　　社●長崎県北松浦郡江迎町田の元免265-40
〒859-6134 TEL0956-66-8226 FAX0956-66-8747

北海道営業所●北海道札幌市白石区平和通3丁目北3-3シンエー平和通ビル1階
〒003-0029 TEL011-865-3833 FAX011-865-2833

盛岡出張所●岩手県盛岡市高松4丁目2-2オリエント5ビル1階B
〒020-0114 TEL019-662-0418 FAX019-664-0765

仙台営業所●宮城県仙台市太白区泉崎1丁目32-20プレミア泉崎105
〒982-0031 TEL022-243-7020 FAX022-243-7021

東京営業所●東京都台東区台東4丁目18-11吉田ビル2階
〒110-0016 TEL03-3839-6588 FAX03-3839-6598

新潟出張所●新潟県上越市鴨島1丁目6-6 エテルナ106
〒943-0153 TEL025-521-0760 FAX025-521-0761

長野営業所●長野県松本市島立945-1 ウエルズ松本インターD号
〒390-0852 TEL0263-48-6101 FAX0263-48-6102

金沢出張所●石川県金沢市北町乙60-1北町三和ビル1階104
〒920-0055 TEL076-263-5524FAX076-263-5534

静岡出張所●静岡県静岡市駿河区向敷地839-6パティオフローラA-102
〒421-0101 TEL054-257-0471FAX054-257-0472

名古屋営業所●愛知県名古屋市中村区野上町49
〒453-0859 TEL052-413-6477 FAX052-413-6478

大阪営業所●大阪府大阪市浪速区元町1丁目7-8 T・Kビル2階
〒556-0016 TEL06-6633-9204 FAX06-6633-7871

米子出張所●鳥取県米子市皆生新田2丁目1-16　永原ビル3-2階
〒683-0002 TEL0859-23-3188 FAX0859-38-5372

広島営業所●広島県広島市西区中広町2丁目19-17タウン中広
〒733-0012 TEL082-295-8663 FAX082-291-1371

四国営業所●愛媛県松山市余戸中6丁目7-24　リバティ余戸102
〒790-0045 TEL089-972-4001 FAX089-972-4011

福岡営業所●福岡県福岡市博多区榎田2丁目2-19
〒812-0004 TEL092-471-7720 FAX092-476-0879

熊本出張所●熊本県熊本市尾ノ上2丁目12-22 スペースK1-101
〒862-0913 TEL096-386-8825 FAX096-386-8835

鹿児島営業所●鹿児島県鹿児島市上荒田町12-5
〒890-0055 TEL099-252-7891 FAX099-252-7795

目指したのは安心

不正払い出しを感知すると液晶部に「セキュリティ警報」を表

Jetter Line V-5000 Series

メダル自動補給装置

西日本総販売元
株式会社シンワ

本社●福岡県福岡市博多区榎田2丁目2-48
〒812-0004 TEL092-471-5751 FAX092-471-5750

名古屋支店●愛知県名古屋市中村区野上町48
〒453-0859 TEL052-413-5731 FAX052-413-7147

大阪支店●大阪府大阪市浪速区元町1丁目9-12
〒556-0016 TEL06-6633-6883 FAX06-6633-6946

広島支店●広島県広島市西区中広町2丁目19-17タウン中広
〒733-0012 TEL082-295-5721 FAX082-234-7134

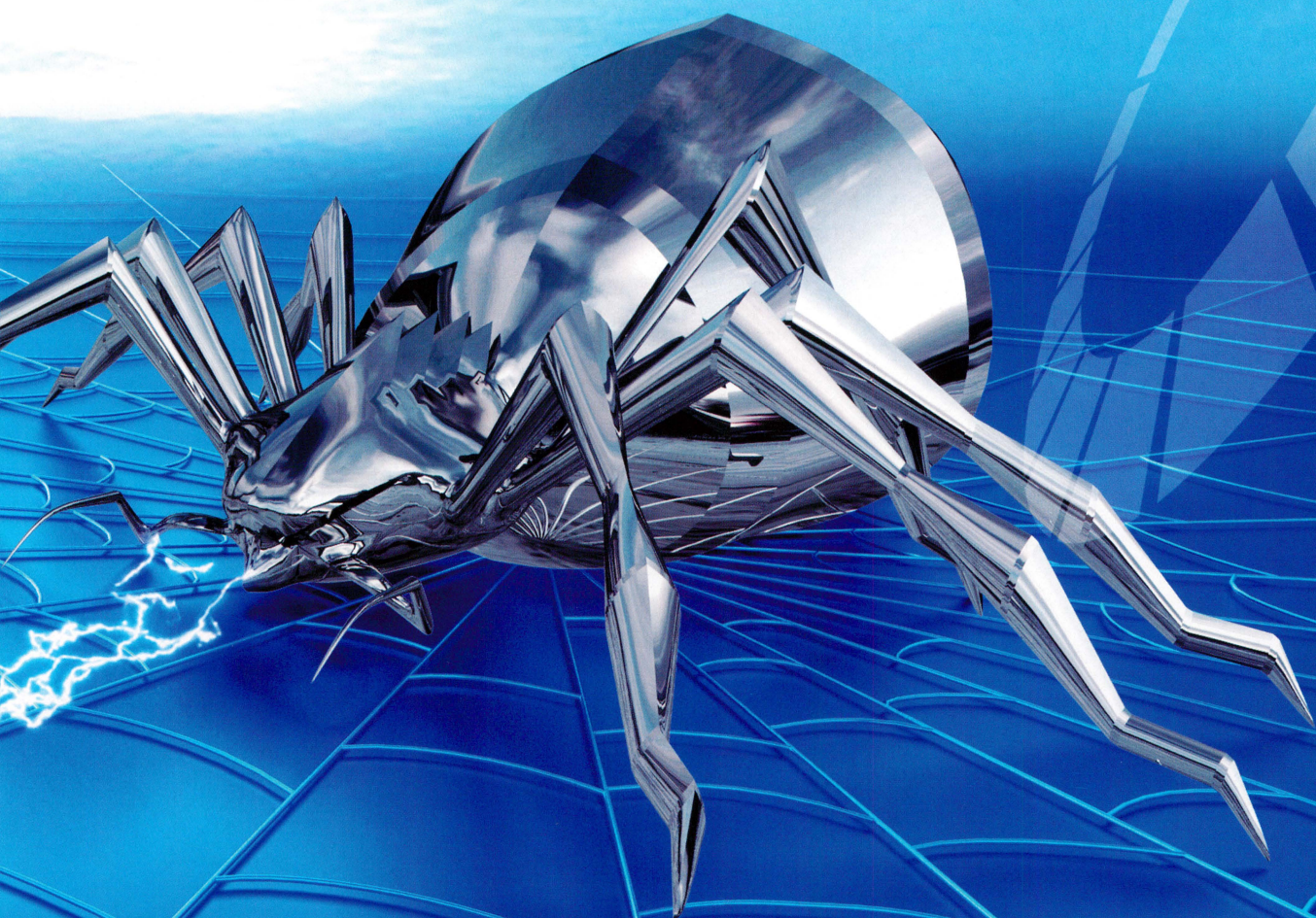
鹿児島営業所●鹿児島県鹿児島市上荒田町12-5
〒890-0055 TEL099-259-6745 FAX099-259-3170

Urban the future evolution

東日本総販売元
株式会社アーバン

本社●東京都台東区東上野1丁目9-7
〒110-0015 TEL03-3839-2351 FAX03-3839-2480

仙台営業所●宮城県仙台市太白区泉崎1丁目32-20プレミア泉崎103
〒982-0031 TEL022-243-3732 FAX022-307-1362

長野営業所●長野県松本市島立830-11深澤ビル201
〒390-0852 TEL0263-40-0570 FAX0263-48-1307

サイトとは断然違う！
始動。
最新のホール情報に今すぐアクセス！
QRコード対応の
携帯はこちらから
www.p-sky.net

パチンコ情報サイト

［ピースカイネット］

P-SKY.NET

PACHINKO & SLOT PORTAL INFORMATION WEBSITE.

最新情報は、
ネットでつかまえろ。

プレイヤーの欲しい情報をすべて網羅。今までの

広告が変わる!!チラシからネットへ。求めるヒトへ欲しい情報をリアルタイムで送る。

今までのサイトと断然違う!!携帯に、PCに、最新情報配信。

広告コスト削減への近道
更新が超簡単
ケータイに動画情報配信!!

超得情報、出玉最新情報配信
au公式サイト近日オープン
ネット広告配信
ブログ公開
県別に特化した情報配信
インターネットTV配信

お手持ちのケータイからでも
詳細情報をご覧いただけます。

代理店募集中
お問い合わせはコチラまで
☎093-541-9570

make it possible with canon

モニタリング&レコーディングも思いのままに。

決め手は、高画質&高機能。生産ライン、建設現場の状況確認、チェーン店舗の多地点モニタリング、無人施設の遠隔監視など本格的な監視ニーズに応じて自在なシステムが構築できます。

VB-C50FSi 取付金具(別売)

Network Video Recorder VK-64/VK-16

ネットワークカメラ

スタイリッシュな定点監視が可能なネットワークカメラ

VB-C50FSi

〈0777B001〉 希望小売価格 158,000円(税別)

- ●クラス最高レベルの312倍ズーム(光学26倍&デジタル12倍)。
- ●わずか1ルクスでもカラー撮影。
- ●動き検知が可能。
- ●センサ連動による映像蓄積も(オプション使用時)。
- ●複数の映像サイズを同時配信するマルチストリーム機能。
- ●音声送受信対応・PoE機能搭載。

モニタリング&レコーディングソフトウェア

ネットワークで遠隔対応・複数拠点を同時監視&録画

Network Video Recorder **VK-64** v1.2 〈9513A023〉 希望小売価格 300,000円(税別)

Network Video Recorder **VK-16** v1.2 〈9513A024〉 希望小売価格 120,000円(税別)

- ●IPネットワーク接続により遠隔モニタリング/録画を実現。
- ●カメラの新規設置や、設置場所の変更が容易。
- ●最大64台(VK-16は16台)までのカメラサーバ映像の同時録画が可能。
- ●フリーレイアウトによる使いやすいモニタリング画面作成。
- ●多彩な撮影モード設定。
- ●録画像をMOVファイルに変換し、専用ビューワなしで閲覧可能。
- ●ライブ映像ビューワソフトとして活用(*)

*ネットワークビデオレコーダ1ビューワ〈9513A025〉希望小売価格 100,000円(税別)、ネットワークビデオレコーダ5ビューワ〈9513A026〉希望小売価格 300,000円(税別)使用時

※音声録音は未対応です。

VB-C50i　VB-C50iR

本格監視を実現する 音声対応ネットワークカメラ

VB-C50i 〈9781A001〉 希望小売価格 198,000円(税別)

VB-C50iR 〈9782A001〉 希望小売価格 198,000円(税別)

- ●クラス最高レベルの312倍ズーム(光学26倍&デジタル12倍)。
- ●わずか1ルクスでもカラー撮影。ナイトモードで0ルクス対応。
- ●動き検知の設定で自動追尾が可能。
- ●プリセット巡回機能でカメラを自動的に巡回撮影。
- ●音声送受信やセンサ連動による映像蓄積も(オプション使用時)。
- ●複数の映像サイズを同時配信するマルチストリーム機能。

◎ネットワークカメラ/モニタリング機器ホームページ **canon.jp/webview**

◎キヤノンお客様相談センター TV会議システム・ビジュアルコミュニケーション **050-555-90074** 受付時間 平日 9:00～12:00/13:00～17:00 (土・日・祝日および年末年始弊社休業日は休ませていただきます。)

※050からはじまるIP電話番号をご利用いただけない方は043-211-9622をご利用ください。※受付時間は予告なく変更する場合があります。あらかじめご了承ください。

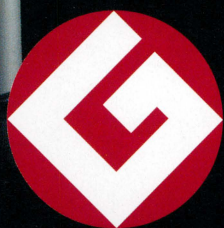
カタログのご請求は、050-555-83500(受付時間:平日9:00～17:30)までお電話にてご請求いただくか、canon.jp/catalogからダウンロードしてください。
ハガキの場合は、住所、氏名、電話番号を明記の上、〒151-0053 東京都渋谷区代々木2-6-5 キヤノンカタログ請求「VB-C50i/VK-64」係までお送りください。

キヤノンマーケティングジャパン株式会社

Parlor Chair

全方位を追求したMDシリーズの究極機種

2006年度 グッドデザイン賞 受賞

MD-5000

Good Design

GOOD DESIGN AWARD 2006

2006年度 グッドデザイン賞 受賞商品

縦、横、斜めにも傾斜する背もたれ

3Dフィット

背チルトメカ

スウィングロッキング
シンクロメカ

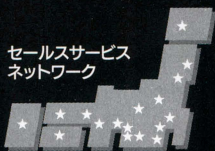
カラーバリエーション(背もたれのシートカラー)

ロイヤルブラック　アムールグレイ　カーマインレッド

ソリッドタイプ

プラハグリーン　カリブオレンジ　スカイブルー

スケルトンタイプ

パーラーチェアのプロフェッショナル

東海鋼装株式会社
tel.092-933-6657　fax.092-933-6045

東海鋼装株式会社 広島営業所
tel.082-874-9934　fax.082-874-9935

東海鋼装株式会社 四国営業所
tel.089-976-1114　fax.089-976-1114

東海鋼装株式会社 姫路営業所
tel.0792-53-4743　fax.0792-53-4743

株式会社トーカイ
tel.048-223-6890　fax.048-224-1060

株式会社トーカイ 仙台営業所
tel.0223-24-6901　fax.0223-24-6901

株式会社トーカイ 盛岡営業所
tel.019-606-3588　fax.019-606-3588

株式会社トーカイ 北関東営業所
tel.027-210-8805　fax.027-210-8805

トーカイエクセル株式会社
tel.0729-66-3663　fax.0729-66-3667

トーカイエクセル株式会社 三重営業所
tel.0594-24-3006　fax.0594-24-3006

株式会社トーカイエクセル
tel.0263-24-1371　fax.0263-24-1372

株式会社トーカイオフィスター
tel.0566-73-9171　fax.0566-77-1606

株式会社トーカイオフィスター 静岡営業所
tel.054-238-2361　fax.054-238-2362

有限会社トーカイシステム
tel.011-751-0055　fax.011-751-0010

エムネット株式会社
tel.03-5328-7970　fax.03-5328-7971

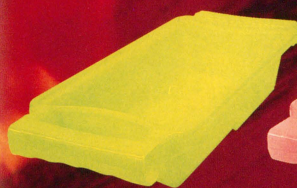
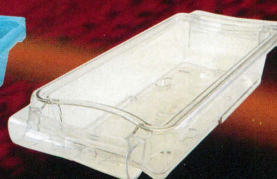
エムネット関東株式会社
tel.044-221-0315　fax.044-221-0316

株式会社クオリ 第二営業部
tel.0566-74-9333　fax.0566-77-5406

JAB

ISO 9001 認証工場で設計・生産をしています。

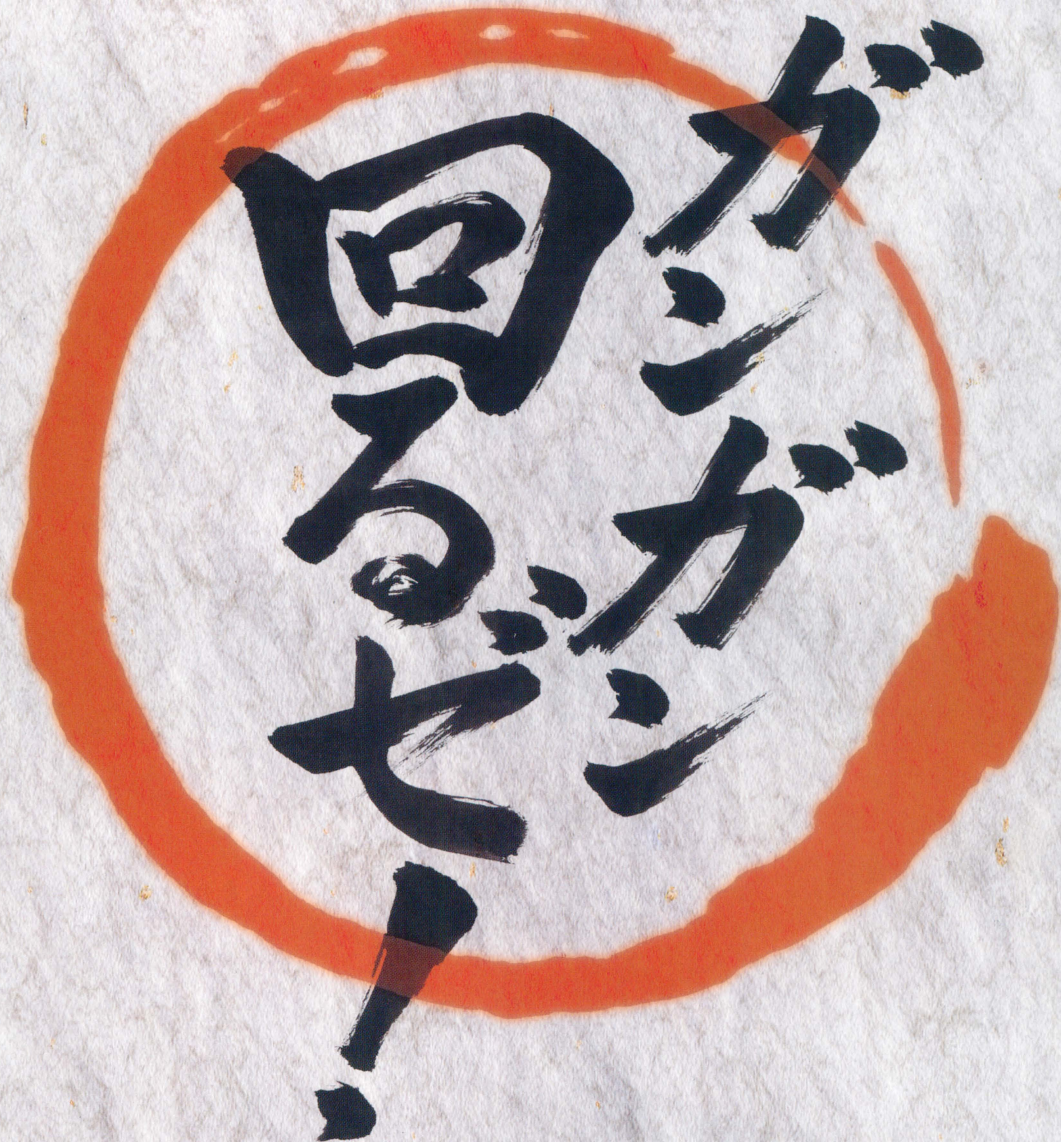
1997年より認証取得をした国際品質保証規格ISO 9001認証企業となる他、JIS(日本工業規格)、ANSI/BIFMA(アメリカスタンダード)、DIN(ドイツ連邦規格)など世界基準を取り入れ量産品から受注製品まで一貫した生産体制を保持しています。

HIKARI SHINSEI GROUP
Duo フランス語で“2重奏”の意味であり、
専用プレートによる入り数の2重層（2重奏）により、
様々な演出を奏でます。
業界初!!
色の組み合わせによる
玉箱の装飾革命。
パッションイエロー
パッションオレンジ
パッションレッド
パッションブルー
クリア
デュオ専用プレート
パッションイエロー
パッションオレンジ
パッションブルー
パッションレッド
デュオ ボックス
Duo Box
HIKARI SHINSEI GROUP
お問い合わせは最寄りの営業所までお願い致します。

手軽に安く遊べるパチンコ・パチスロ運営委員会

全日本遊技事業協同組合連合会
社団法人日本遊技関連事業協会
日本遊技機工業組合
日本電動式遊技機工業協同組合
全国遊技機商業協同組合連合会
回胴式遊技機商業協同組合
遊技場自動サービス機工業会
遊技場自動補給装置工業組合
遊技場メダル自動補給装置工業会
有限責任中間法人 日本遊技産業経営者同友会
有限責任中間法人 余暇環境整備推進協議会
有限責任中間法人 パチンコ・チェーンストア協会
有限責任中間法人 プリペイドシステム協会
有限責任中間法人 日本新遊技機開発工業会
有限責任中間法人 電子認証システム協議会

ガンガン回るゼ！

CR電撃ネットワーク

©CRAFT WORK

エースアクティブアミューズメント　**株式会社エース電研**　AM事業本部　東京都台東区東上野3-20-3　〒110-0015

エース電研AM事業本部AM営業部

営業所	住所	〒	TEL
札幌営業所	北海道札幌市豊平区美園5条2-1-15	〒062-0005	TEL.011(825)1000
東京営業所	東京都台東区東上野2-19-9	〒110-0015	TEL.03(5688)0810
横浜営業所	神奈川県横浜市西区浜松町7-3	〒220-0055	TEL.045(253)9511
大阪営業所	大阪府大阪市浪速区元町2-3-9	〒556-0016	TEL.06(6632)5105
[盛岡営業所]	岩手県岩手郡滝沢村大釜字上竹鼻122-6	〒020-0151	TEL.019(699)3771
[静岡営業所]	静岡県静岡市駿河区下島130-1	〒422-8037	TEL.054(236)5511
仙台営業所	宮城県仙台市若林区新寺1-4-22	〒984-0051	TEL.022(295)0081
埼玉営業所	埼玉県さいたま市南区白幡5-17-1	〒336-0022	TEL.048(838)2721
名古屋営業所	愛知県名古屋市東区葵1-26-8	〒461-0004	TEL.052(933)1864
神戸営業所	兵庫県神戸市中央区楠町3-10-8	〒650-0017	TEL.078(382)2033
[長野営業所]	長野県松本市征矢野2-7-16	〒390-0842	TEL.0263(28)2722
[金沢営業所]	石川県金沢市黒田1-70	〒921-8051	TEL.076(240)1550

エース電研代理店

代理店	住所	〒	TEL
㈱広島エース電研	広島県広島市南区的場町2-6-21	〒732-0824	TEL.082(263)2212
㈱四国エース電研	香川県高松市林町1946-4	〒761-0301	TEL.087(865)6017
㈱九州エース電研	福岡県福岡市中央区薬院4-2-3	〒810-0022	TEL.092(521)0224

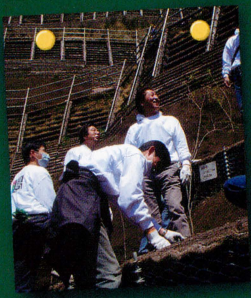
ace active amusement

http://www.ace-pachinko.com

ヒト・夢・自然と共に

HEIWA SATELLITE

LOHASとは・・・?

1. 環境に優しいこと
2. モノを大切に使うこと
3. リサイクルすること

LOHAS(ロハス)とは、米国の学者が提唱し始めた、循環型社会を指向するライフスタイルのこと。現在では、さまざまに拡大解釈され環境保護や共生の大切さを訴えるための合い言葉として、先進的な都市生活者の間で広く使われています。平和サテライトは、木材を使う企業としての社会的責任を果たしていくために、新しいパチンコ島『2×4島LOHAS(ロハス)』を開発しました。エコサイクルを考慮に入れた材料選定を行い、森林資源の再生に積極的に貢献。もちろんパチンコ島としての性能(強度)も高い『2×4島LOHAS(ロハス)』をぜひ一度お確かめください。

◎『2×4島LOHAS(ロハス)』の詳しい紹介・お問い合わせは、最寄りの下記営業所へお尋ねください。※この広告へのご意見もお聞かせください。

株式会社 平和サテライト

東北営業所/〒983-0013 宮城県仙台市宮城野区中野葦畔134-1 ☎022-388-8188
北関東営業所/〒370-0006 群馬県高崎市問屋町2-8-3-2F ☎027-370-5545
東京営業所/〒110-0015 東京都台東区上野2-22-9 平和第一ビル3F ☎03-3839-3424
大阪営業所/〒556-0016 大阪市浪速区元町3-11-13 平和大阪支社ビル6F ☎06-6633-5801
名古屋サテライト/〒460-0002 名古屋市中区丸の内3-17-6 ナカトウ丸の内ビル3F ☎052-962-3353
九州サテライト/〒812-0016 福岡市博多区博多駅南3-18-2 ☎092-473-5344

ホール内の快適空気環境を実現！

スカイフレッシュ クオリオン シリーズ FMJ110E～FMJ400E

「集じん＋脱臭＋マイナスイオン」で
きれいで、爽やか空気、ここちよい空間
ハイクオリティな快適さを実現。

● 洗浄、再生を可能にした"エコ＆脱臭ハイブリッドフィルタ"を採用

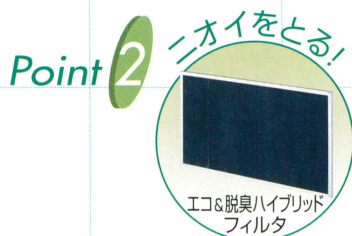
天井埋込型
FMJ400E

Point 1 ホコリ・チリをキャッチ！

集じんセル

Point 2 ニオイをとる！

エコ＆脱臭ハイブリッドフィルタ

Point 3 マイナスイオン発生！

マイナスイオン発生部

〈マイナスイオン発生量〉
吹出口直下1.5m
約20万個／㎤

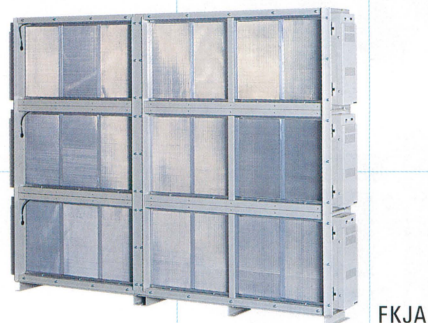
スカイフレッシュ FKJC シリーズ

各種空調機とのドッキングで
強力な空気清浄を実現。

FKJC

スカイフレッシュ FKJA シリーズ

大空間の空気清浄に威力を発揮。
機械室設置も容易なモジュール形式。

FKJA

「NOAH」換気自動制御システム

パチンコホールの分煙化対策に最適。

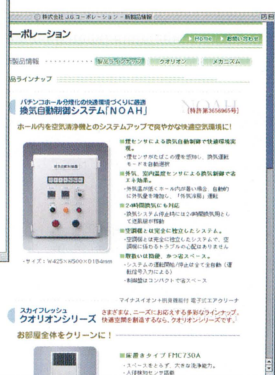
スカイフレッシュシリーズはいかなるご要望にもお応え出来る、業界随一の100種類以上の機種を取り揃えております。

取り付け易さや美観にまで配慮しながら、あらゆる状況下で極めて高い清浄効果を実現！業界トップクラスの空気清浄機メーカー「山武」と、総発売元「J.G.コーポレーション」の協力体制ならではのラインナップです。

総発売元 株式会社 J.G.コーポレーション

本社	〒108-0075	東京都港区港南2-12-26(港南パークビル7F)	TEL(03)5769-3033(代)	FAX(03)5769-3025
北海道営業所	〒063-0870	北海道札幌市西区八軒10条東4-1-31	TEL(011)737-5441(代)	FAX(011)737-6043
東北営業所	〒984-0038	宮城県仙台市若林区伊在字東通28	TEL(022)288-8461(代)	FAX(022)390-5793
名古屋営業所	〒480-1144	愛知県愛知郡長久手町熊田302	TEL(0561)63-3702(代)	FAX(0561)63-3703
大阪営業所	〒564-0052	大阪府吹田市広芝町16-23	TEL(06)6388-8018(代)	FAX(06)6388-8038
広島営業所	〒732-0026	広島県広島市東区中山中町5-52	TEL(082)289-3388(代)	FAX(082)508-6608
九州営業所	〒813-0004	福岡県福岡市東区松香台1-7-34	TEL(092)673-0102(代)	FAX(092)673-1527

製造元 株式会社 山武

ホームページアドレス
http://www.jgco.co.jp

社員に夢を与えられてこそ優れた経営者といえる

企業が常に現状を打開し、成長していくためには経営者はどうあるべきか。人材派遣と介護サービスを2つの核とした「グッドウィル・グループ」で類まれな躍進を続ける若きリーダー、折口雅博会長に話を聞いた。

INTERVIEW

グッドウィル・グループ会長　日本経団連理事

折口雅博

Masahiro Origuchi

裕福な家庭に生まれた。しかし、父の経営する人口甘味料の会社が倒産。学費のかからない少年工科学校から防衛大学へ。商社在籍中の1991年に一世を風靡したディスコ『ジュリアナ東京』をプロデュース。しかし、権力闘争に巻き込まれ多額の借金のみを残す。再起をかけた次なるディスコ『ベルファーレ』を成功させるも、オープンから1年半余りで身を引き、95年に人材派遣の「グッドウィル」を創業。2年後には介護サービス「コムスン」に資本参加し、民間企業として介護事業で独走態勢を築く。ゼロからスタートした「グッドウィル・グループ」を9年目で売上高1400億円、東証一部上場企業へと育てあげた。波乱万丈の中で常に新たな展開を切り拓いてきた折口会長の経営術とは——。

——折口会長が作った「グッドウィル・グループ十訓」には、「スピードは力なり、変化をチャンスと思え」というフレーズがありますね。企業として、スピードが速いと、どのような利点があるのでしょうか?

折口　特にベンチャー企業は、スピードがあると実力以上に強くなれます。まず破壊力がつきますし、業界での影響力も大きくなります。社内が活気づき、新たな人を吸引する力にもなる。同業他社がひるむ、という点もありますよね（笑）。メディアに注目されて認知度が上がることで、仕事もやりやすくなります。もちろん、揚げ足をとられたり、狙い打ちされたりなど副作用はありますが、プラスのほうが断然多いですね。

——社員一人ひとりにも急スピードでの成長が求められるわけですよね。特別な社員教育方法があるのでしょうか?

折口　社員が成長する速度を上げるためには、「完璧症候群」を治さないといけません。人間、何かを学んでいくときは、だいたい9割くらいできてから次に進みたいと思うものです。完璧にできて速ければ一番いいですが、それは不可能です。そこで、7割のレベルで次に進ませるのです。そうすると成長が3倍速くなります。7割の状態で次に進んでも、新たな視点からもたらされる情報や経験から、未修得のことはすぐにできるようになります。例えば、1店舗の店長をしていた人が、7割できた時点でもう1店舗も任されたら、1店舗だけでやっていたときよりも3倍速く結果を出します。ただし、7割はできていないといけない。上の人間が評価基準をしっかり持つことが大切です。

「センターピン」を倒すことが事業を成功させる第一歩です

——コムスンは介護保険制度がスタートした2000年に、周囲から「無謀だ」と言われる中で全国展開を始め、民間企業として新しい市場を切り拓

文＝中島理恵（フリーライター）
text by Rie Nakajima
写真＝田中　剛（本誌編集部）
photo by Tsuyoshi Tanaka

いてきました。では、成熟市場の中で生き残っていくには、経営者はどんな舵とりが必要でしょうか？

折口　成熟産業になっているということは、マーケット規模が大きいという利点があります。パイが大きい分、成功したときのメリットは大きい。新しい市場では常に新しいことを考えて道を切り拓いていかないといけませんが、成熟市場では新たにつくりあげていく必要はなく、強みをさらに伸ばすことに時間を集中できるわけです。グッドウィル・グループでは、近年、飲食店経営を始めましたが、これは成熟市場です。私はよく「センターピンを見つけろ」という言いかたをします。事業を始めるとき、ボウリングでいうストライクを取ることが成功だとすると、センターピンを倒さないとストライクは絶対にとれない。ですからまず、センターピンを探し出すことが大切です。外食産業のセンターピンは何かというと、「美味しさ」です。圧倒的に美味しければ、間違いなくお客様は来ます。だから徹底的に味を追求しました。そうすれば、単価が高くても勝てるんです。値段がリーズナブルだとか、サービスがいいというのはセンターピンではありません。

——介護事業への参入では、何がセンターピンだと読んだのでしょう？

折口　医療と介護は一見似ているようですが、センターピンは違います。医療サービスのセンターピンは「技術」ですが、介護サービスのセンターピンは「居心地のよさ」です。介護は一度きりのことではなく、毎日毎日おむつを替え、ご飯を食べるサポートをします。技術力が突出して優れているより、介護スタッフが来ると楽しくなる、というほうがよっぽど重要なのです。そのためには、いいスタッフが必要です。いいスタッフを育てるには、いい社風が必要なのです。センターピンを見つけると、やるべきことも見えてきます。

おりぐち　まさひろ

1961年東京生まれ。95年に人材派遣会社グッドウィルを設立。97年には介護会社コムスンに資本参加、のちに子会社化する。99年、グッドウィル・グループ株式会社は店頭公開。設立9年目の04年、東証第1部に上場。現在、グッドウィル・グループ株式会社代表取締役会長兼CEO、日本経団連理事。

お金儲けとは、お客様の満足度を最大化し続ける努力の結果です

——折口会長の専門分野ではありませんが、パチンコ業界のセンターピンは何だと思いますか？

折口　お客様が何をしにパチンコに行くかということを考えればいいのではないでしょうか。行政の指導で射幸性の高いパチンコが規制されると、パチンコで金儲けをしようというお客様は減るかもしれませんね。しかし、金儲けのためだけではなく、もっと別なものを求めてパチンコ店に来ている人も多いはずです。儲かればもちろん楽しいけれど、お店の雰囲気が好きだとか、気分が明るくなれる、快適に過ごせるなど、お金稼ぎ以外の部分でパチンコファンを惹きつける工夫が必要なのではないでしょうか。規制が厳しくなるのも、長い目で見ればいいかもしれません。出玉も減るけど、お客様の大幅な損失も減ります。ちょっと視点を変えて、大人が愉しむゲームセンターと考えてはどうでしょうか。

——ギャンブルだけを目的としないお客さんを取り込んでいこうという発想を持つことが再興の鍵だと。

折口　そもそも、ギャンブル性を第一に考えるなら競艇や競馬という選択肢もあるのです。それならばパチンコは、大人のアミューズメントと考えて、例えば5000円でゲームをやり、「これだけ楽しい時間が過ごせたのだから、それでいいじゃないか」と思う層を取り込んでいってはどうでしょう。危ないギャンブルではないよ、ということがもっと浸透するといいですよね。近年、託児所のあるお店も出てきたし、内装や換気、コーヒーサービスなども充実してきていますが、まだまだ改善の余地はありそうですよね。人が人を呼ぶ仕掛け、お客様を楽しませる仕掛けが、必要なのだと思います。

——お店に来たお客さんがいかに楽しめるかという仕掛けを考えるということですね。

折口　企業が生き残るためには、利益を出し続けなければいけません。利

益を出すということは、本来、お客様に、「楽しい」とか「うれしい」といった価値を与えて、満足度を上げないとできないことです。客をだまして短期的に儲かることもあるでしょうが、それでは額も知れていますし、本来の意味での儲けるということではありません。利益を出すために、継続的にお客様の満足度を最大化し続ける努力をする。こう考えれば、金儲けは悪いことではないんです。

企業理念を共有しなければ 成長には限界があるのです

――常にお客さんの満足度を最大化する組織作りのために、折口会長はどんなことが重要だとお考えですか?

折口　グッドウィル・グループは13年目で売上高5500億円を目指しており、すでに実績で1800億円を達成しています(※)。小手先の実務だけでは、こういう成長はできないはずです。お客様に満足してもらえるよう常に努力をし、その結果として利益を出し、会社を大きくしていくためには、社員が同じベクトルに向かって力を合わせることが必要です。会社の規模が大きくなればなるほど、社員のベクトルがバラバラでは、ある一定の売上げで伸び悩みます。経営者の中には、社員全員のベクトルを合わせる、理念を合わせるということを、間違って解釈している人もいます。社員が金太郎飴のようになると考えるのは誤りです。例えば、「グッドウィル・グループ十訓」で謳っている、「夢と志を持つ」ことや、「常に正しいほうを選ぶ」ということは、絶対必要な行動基準であり、考え方なのです。もちろん、その先のビジネスに落とし込むときには独創性は大切です。しかし、まず皆が共有するベースがなければ、その先に進むこともできません。

※本インタビュー直後に同業他社を買収し、グッドウィル・グループは一躍、人材サービス業界のトップに躍り出た。

――社員のベクトルを合わせるために、どんなことが役立つでしょうか?

折口　当グループでは思いを共有するために、毎朝、皆で企業理念を唱和しています。「グッドウィル・グループ十訓」のほか、コムスンには「私たちは、明るい笑顔、愛する心、感謝の気持ちを大切にします」などの「コムスンの誓い」があり、それを全員で読み上げます。バカバカしい、と思うかもしれない。真顔でやり続けるには、その価値を知らないと難しいでしょう。でも、意識して毎日唱和することで、理念が潜在意識になるのです。そしてこの潜在意識があるからこそ、理念が共有され、迷ったときにもすぐ判断ができ、ピンチのときには火事場のバカ力が出るようになります。

人は当事者意識を持つことで 経営センスを磨けます

――理念を唱和し、社員全員のベクトルを合わせるというのは、創業当時から意識していたことなのでしょうか?

折口　従業員5人のときから同じようにやってきました。継続が大事だということを直感的に理解していたからです。自分自身が潜在意識の活用を無意識のうちにしてきたためもあるでしょう。昔から「大きいことをやりたい、成長したい」と思ってきたから、いつもがんばることができた。どんなときでも「当事者意識」を持っていられたのです。当事者意識とは、いかなるサービスを受けるときにも、常に経営者のつもりになる、ということです。例えば、レストランに食べに行くにしても、ただの客なら何の責任もないし、何も考える必要はありません。しかし、それでは何も進歩がない。経営者の立場になって眺めてみると、多くのことに気づき、考えます。コンビニに行くだけでも、なぜこのコンビニはこんなに便利なのか、と考える。店舗ごとの微妙な違いに気づき、価値のある発見や経営センス、市場データを身につけることができます。当社では社員にも、常に「当事者」として当たりなさい、と言っています。

グッドウィル・グループの総従業員数はいまや約3万人。奇跡の成長の秘密を折口会長が綴った『プロ経営者の条件』

――最後にお伺いします。リーダーに求められることとは何でしょうか?

折口　まずは、明確なビジョンが示せること。そして社員に夢を与えられること。社員一人ひとりが、この会社で自己実現したい、と思えるようにできることです。グッドウィル・グループでは、3つの四字熟語からなる企業理念があります。「拡大発展」「社会貢献」「自己実現」。つまり、会社を大きくして、それによって社会貢献をし、人に喜んでもらうことで自分たちが生きている価値を見出そう、というものです。全社員が思いを共有して、喜んで実践に移せるような社風と、実践できる仕組みを作ることが大切だと思っています。 AJ

HEIWA
http://www.heiwanet.co.jp/

2007年の「森」へ。

明けましておめでとうございます。
新春にあたり、謹んでお慶び申し上げます。

「環境世紀」と呼ばれる21世紀も、7年目を迎えました。
環境を語るとき、その象徴として
恵み豊かな森林の大切さが言われます。
森林は、太陽の光、大気、水、土
そしてそこに集う生物によって繁栄いたします。
業界を、これになぞらえるなら
パチンコとパチスロを愛してくださるお客様、
そのお客様のニーズに応え
快適な環境とサービスを提供してくださるパーラー様、
魅力的な遊技機を開発することを使命とするメーカーが
心豊かに結ばれてこそ、発展できると言えましょう。
2007年の業界が、元気で楽しい「森」となるよう
また、一本一本の樹木をうるおすような豊かな「森」に育つよう、
本年も力いっぱい努力する所存ですので
一層のご指導、ご鞭撻をお願い申し上げます。

平成19年正月

株式会社 平和
代表取締役社長
石橋保彦

2007 Vol.10 No.100

Amusement Japan

CONTENTS

1

INTERVIEW

SPECIAL FEATURES

NEWS&TRENDS

APJ
Amusement Press Japan

2007年1月号
2007年1月10日発行
第10巻 第1号 通巻100号

Chairperson & CEO
児玉周作

Publisher
近江孝男

Total Chief Editor
野崎太祐

Chief Editor
田中 剛

Editors
小澤顕治
小川竜司
高橋靖生

Photographers
吉田広信
大林史能

Designers
鳴海明憲
山本光広
小岩井哲也
石渡 務(ERG)

Advertising Manager
島谷榮三郎

Sales Director
宮川憲二

Printing Director
粂川智彦

発行所／株式会社アミューズメント プレス ジャパン
制　作／株式会社アミューズメント プロモーション
〒150-0013
東京都渋谷区恵比寿1-21-10 えびすアシスト5F
TEL 03-5447-0555
印刷所／図書印刷株式会社

Amusement Japan 2007 Vol.10 No.100 1

CONTENTS

AD INDEX

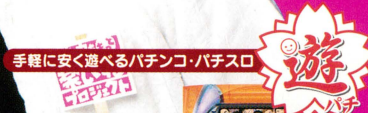
BUSINESS COLUMN

DESIGN WORKS

HOBBY

NEWS&INFORMATION

WHAT'S NEW

Sammy
GINZA
お笑い芸人のスペシャルユニット「ビジトジ」が、
芸人魂かけて様々なことに挑むプロジェクト、発進!
世の中をもっと楽しくするプロジェクト
公認 パチンコ パチスロ
www.mottotanoshiku.com
いろいろな活動を
Webで配信!
ご期待ください!
手軽に安く遊べるパチンコ・パチスロ
遊パチ
CR ビジトジの怒気爆発!
パチスロ ビジトジ
サミー株式会社
http://www.sammy.co.jp
株式会社 銀座／株式会社 銀座販売
http://www.ginza-p.co.jp
世の中をもっと楽しくするプロジェクト発信!! 活動はWebで! ▶ www.mottotanoshiku.com
©ビジトジ ©Sammy

通巻１００号に寄せて

野崎太祐（本誌編集主幹）＝文
text by Taisuke Nozaki

月刊アミューズメントジャパンは、本号で通巻１００号を迎えました。１９９８年の創刊以来足掛け９年。その間、ご愛読いただいた皆さま、スポンサー企業様、取材に協力していただいたホールの皆さま、そして組織団体の皆さまに、心より御礼申し上げます。

１００号を迎えるにあたって、あらためて創刊号（１９９８年10月号）を引っ張り出してみました。創刊のあいさつの中には「日本の政治、経済がアミューズメント産業にどのような影響を及ぼすのか、という視点に立ち、本誌独自の調査と情報分析を行ってまいります」と、少しこそばゆい創刊の理念が書かれています。

この理念がどこまで実現できたのか。そこは読者のみなさまのご判断に委ねなければなりません。しかし少なくともこの精神の下で、日本の社会とパチンコ・パチスロ産業とのかかわりというテーマは、常に追いかけてきたと自負しています。

あいさつには同時にこんなことも書いています。

「日本経済をとりまくこの不況をどう切り抜け、生き抜くか。今ほど経営者の皆さまの手腕が問われているときはありません」

１００号を迎えたいまも、まったく同じことが当てはまる状況だといえないでしょうか。

１９９８年（平成10年）、日本はバブル崩壊後の平成不況の真只中でした。銀行は不良債権を抱え、「貸し渋り」がホール経営にも少なからず影響を与えていました。不況に強いといわれたパチンコ・パチスロ業界も「社会的不適合機」の撤去などで、ＣＲ機が登場して以来右肩上がりだったバブル時代の終焉を迎えていました。レジャー白書による参加人口はこの年、ついに２０００万人を割り込みました。

それから９年。日本経済は不況を脱出し、いまは空前の「好況」だと言われています。しかし、好況の実感がない人々が多いのも事実。格差社会の進展が至る所で歪みを生んでいます。

業界は98年以降、「パチスロ」の成長によって助けられてきました。98年に登場したＣＴ機、その後のＳＴ機によって市場が拡大。この年はじめて１００万台を突破したパチスロ市場は、瞬く間に２００万台に手が届くところまで成長したのです。

しかし、ホールの皆さまにとっては、厳しい厳しいといわれ続ける中で、パチスロ営業を強化することでなんとかしのいできたというのが実感ではないでしょうか。当然だと思います。全体の参加人口はその間、増えていないのです。結局のところ、「厳しい」状況はなんら変わりがなかったのです。

２００７年は、パチスロの５号機への移行という大きな変革の年になります。今度ばかりは、ドラスティックな業態の改革を行わないと乗り切れないかもしれません。それでも、ここを乗り越えた先には新しい業界の姿が見えてくる。そう信じて頑張るしかありません。

本誌創刊のあいさつには、こんなことも書いていました。

「パチンコ・バブルの夢を追いかける時代は、終わりを告げています。しかしながらパチンコは娯楽産業の中でもっとも底力がある産業と確信しております。業界改革、企業改革により、この不況を必ずや乗り越え、新しい魅力ある産業として今後さらに発展していくことでしょう」

いままた、同じことを思っています。

１００号まで育てていただいた皆さまに感謝しつつ、さらに皆さまのお役に立つ雑誌を目指して、スタッフ一同頑張ってまいります。

これからも月刊アミューズメントジャパンをよろしくお願いいたします。 AJ

スカーレット・フィーバーのヒロイン。
誰にでもできそうで、
誰にもできないことを。
OLYMPIA
www.olympia.co.jp/
「風と共に去りぬ」のヒロイン、
スカーレット・オハラを映画で演じきれる女性を発見せよ。
そのミッションは一般の人々をも巻き込み、
スカーレット・フィーバーを起こした。
数年の後、選ばれたのはイギリスから来たばかりの
無名女優、ヴィヴィアン・リー。
彼女が演じる美しく燃えるようなスカーレットは、
人々のフィーバーを最高潮まで高めた。
多くの人々を熱狂させたヴィヴィアン・リーのように、
オリンピアも、さまざまなファンを熱狂させたい。
オリンピアは、
新しい楽しさを創造します
JOYFUL
REVOLUTION
Vivien Leigh and related rights ™/©. Used under license through Corbis Corporation.

食事を皿の上だけで語らない

高橋 滋＝文
text by Shigeru Takahashi

時々アマン好きのお客様からこんな話を伺います。

「○×△のアマンへ行ってきたけれども、あそこ料理が美味しくないよね」

この方の行かれたアマンは、かなり不便な所にあって、おおむね都市にいるのと同じレベルの料理が楽しめるだけでも実は凄いことなのですが、やはり味には好き好きがあって、この方の口には合わなかったのでしょう。

ただし私は心の中でいつも思います。「アマンへ料理を食べに行かないでください」と。

私がアマンから学んだたくさんのことのひとつに、食事を皿の上だけで語らない、ということがあります。通常は、食事は旨いか不味いか、せいぜいテーブルの上で語られます。アマンでの食事は、夜7時に食事がスタートして12時に終わったとしたら、その5時間の間に繰り広げられる全てです。

基本は皿の上の料理ですが、スタッフも空間も大きな要素を占めます。テーブルは、ダイニングにあるもよし、庭の大きな木の下、芝生の上でも気持ちいいでしょう。ホワイトサンドの砂浜であったら私はなお嬉しい。お気に入りの音楽に負けない波の音、スタッフの笑顔……、デザートの時間になって何かサプライズでも出てきたら、私はきっとシャンパンの酔いも手伝って、涙してしまうことでしょう。

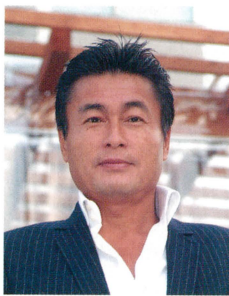
こんな食事が、東京では、いや日本ではなかなか楽しめない。美味しい料理を楽しませてはくれるけれども、時間を楽しませてくれない。

また、食べたい時に、食べたい所で、食べたいモノを食べる。これがアマン流の楽しみ方です。アマンにおいては、何時だろうと、起きた時に食べるのが朝食です。例えそれがどこの国だろうと、もし私がご飯と焼き魚を食べたいと思ったら、笑顔でご飯を炊いてくれます。お昼に近い時間に、私の部屋の前のプールサイドに、笑顔のスタッフによって、私のわがままな朝食が運ばれる。寝起きの私がいくら不機嫌でも、ここで私はタイ米の味を責めないし、サーモンの味が小田原の干物に負けていることを責めません。

こんなわがままを聞いてくれるレストラン、ホテルが世の中にいったい何軒あるでしょう。自分たちが勝手に決めた時間を少しでも過ぎたら「ノー」。一歩街に出れば食材は溢れているのに、客の要望を聞かないキッチン。日本の旅館では、客の私が言うことを聞かなければなりません。朝食は朝7時。布団は片付けられ、和食（選択の余地はない！）を速やかに食べ終え、10時までにチェックアウト。自分たちの都合ばかりを押し付けてきます。

だから私はアマンに行くと、いつも幸せな気持ちになれるのです。ここではお金を払う代わりに、要望を聞いてくれる人たちがいるのです。

食事をお皿の上で語るのではなく、時間と空間を含めて捕らえる考え方はまだ一般的ではありません。しかし、サービス業としてのレストランには、こういうことが求められるようになると思っています。

レストランの食事の評価、それは料理の味が3分の1、雰囲気が3分の1、そしてスタッフのサービスが3分の1。こんな割合でお客様は評価されるのではないでしょうか。この3つの要素にもうひとつ、お客様のわがままを取り入れられたら、最高の美味しさに繋がるのではないでしょうか。 AJ

たかはし しげる
1952年生まれ。レストラン『カシータ』オーナー、オートバイ輸入販売会社スターズトレーディング最高経営責任者。アマンリゾーツでの体験と感動をもとに、2001年9月、東京・六本木にリゾートレストラン『カシータ（Casita）』を開業。レストラン経営の知識ゼロでつくった店を東京の人気店に成長させ注目を集めている。2005年2月に青山に移転。

Good luck. Good life.
SANKYO
http://www.sankyo-fever.co.jp/
パチンコで、いい笑顔。
BATTLE LEAGUER
最強
5号機
〈バトルリーガーX〉

踊らない消費者

池澤 守＝文
text by Mamoru Ikezawa

戦後最長の景気回復局面にあったといわれる2006年ですが、回復の実感には乏しく個人消費は低調でした。レジャー、エンターテインメントの世界においてもホームラン商品不在の1年でした。

こうした厳しい消費環境にありながらも活躍が目立ったのが大型商業施設です。スパイラルスロープを回遊する「表参道ヒルズ」、イオンの新しいSCスタイル「イオンナゴヤドーム前SC」、モデルルーム展示が斬新な大型家具店「IKEA」、海辺と一体にデザインされた「ららぽーと豊洲」などが相次いでオープンし、多くの人々が詰め掛けました。

活況を呈するこれら大型商業施設の共通点は、買い物をしなくても楽しく時間が過ごせるような各種の工夫が施されていることにあります。一度は行ってみたくなる行列のできる人気飲食店の誘致、愛犬とともに集えるペット複合施設の導入、見ているだけでも楽しめる売場作り、歩いているだけでも楽しい環境演出などです。

厳しい経済不況の中をくぐり抜け生活に経営感覚を取り込むようになった今の消費者は、消費のプロであるという意味から「ベテラン消費者」とも称されます。商品知識が豊富で衝動買いをしません。いわば「踊らない消費者」です。こうした、モノを買わない消費者を攻略するために商業施設業界が考え出した戦略が、施設のレジャー化、エンターテインメント化です。遊びに来てもらい、ついでに買い物もしてもらおうという逆転の発想です。

踊らない消費者は、「遊び」にもより一層の付加価値を求めてやみません。大人が頭脳を鍛える「脳トレ系ゲーム」、景品獲得のテクニックを競う「クレーンゲーム」、こどもの職業体験テーマパーク「キッザニア」、紹介制のコミュニティサイト「ミクシィ」など、時間を楽しく消費するだけにはとどまらない効果・効能を求めるのが特徴です。

食べることをエンターテインメントとして捉える消費傾向も定着しました。オープン初日に12万人を集客し川崎のイメージを変えた大型商業施設「ラゾーナ川崎」の来場者の多くが目指した先も飲食店でした。ブログには、佐世保バーガー「ログキット」、札幌のカリスマラーメン店「すみれ」、ジンギスカンブームを牽引した「くろひつじ」などの人気飲食店を目的に来場したとのレポートが並んでいます。

簡単には踊らないベテラン消費者が、2007年は更なる進化を遂げることは確実です。このことを踏まえると、07年の消費は次の3つの視点を軸に展開すると予想されます。①レジャー施設化する商業施設や飲食施設というトレンドの一方で、レジャー施設は実用性を備え始め、こうした傾向がさらに進展する。生活の様々な領域で実用性とエンターテインメント性のクロスオーバーが求められていくようになる。②レジャー、エンターテインメント施設はオープンとともに陳腐化が始まる「生もの」であり、飽きられないための鮮度維持が重要。レジャー施設化を加速する商業施設においても鮮度維持の対応で成否が分かれる。③消費者は日々の経験と研究を積み重ねながら進化を続けている。ありきたりのサービスを続ければ消費者に見放されかねない。

つまり、提供側も進化し続けることが必要です。勝ち残るための条件は、「本物を本気で提供すること」に尽きるのではないでしょうか。 AJ

いけざわ まもる
1955年生まれ。㈱ナムコ執行役員チームナンジャディビジョンリーダー。2001年の『横濱カレーミュージアム』に始まり、全国に20ヶ所のフードテーマパークをプロデュース。全てが年間100万人以上を集客し注目を集めている。2005年には癒しのテーマパーク『りらくの森』を開設。

日本経済は本当に回復しているのか？

2007年の景気は、日銀の政策いかんで決まる！

インタビュー＝土屋光男（フリーライター）
text by Mitsuo Tsuchiya
写　真＝田中　剛（本誌編集部）
photo by Tsuyoshi Tanaka

INTERVIEW

経済アナリスト　獨協大学経済学部教授

森永卓郎

Takuro Morinaga

庶民、中小企業、地方には、景気回復の実感はまったくありません

景気は今、いざなぎ景気を超えて戦後最長を記録していると報道されています。しかし庶民には、まったくその実感がありません。なぜかというと、今の景気というのは誰の立場に立って捉えるかでまったく印象が異なるからです。勝ち組と言われる大企業や富裕層にとってはもの凄い勢いで景気回復が続いていますが、一般庶民、中小企業、地方では状況は依然厳しいのです。

具体的な数字で捉えると、その実情がよくわかります。今回の景気回復局面で名目GDPは21兆円増えましたが、サラリーマンなどに支払われる「雇用者報酬」は4兆円も減っています。統計庁の統計を見ても、8年連続でサラリーマンの給与は減り続けています。

そのひずみは、格差社会という形で現れてきています。そしてこの格差社会は、大金持ちと庶民という格差だけでなく、庶民間でも新たな格差を生んでいます。それは正社員とパート間の格差です。正社員の平均年収が400万〜500万円であるのに対して、パートの平均年収は100万円ちょっと。そして安部政権が現在の政策を推し進める限り、この格差は拡大していきます。なにしろ安部首相は格差を是正するとはひと言も言っておらず「勝ち組と負け組みが固定されない社会を作る」と言っています。つまり、弱肉強食の社会がいっそう進むから、（増える敗者に）再チャレンジの機会を与えようと言っているのです。

株価は07年春に底を打ち、その後上昇に転じるでしょう

07年、景気はどのようになるかというと、私は2つのシナリオがあると考えています。ひとつは、失速するシナリオ。そしてもうひとつは、このまま順調に回復し続けていくシナリオです。

今の景気回復というのはかなり足腰がしっかりしているのでよほど変なことをしなければ失速しないのですが、しかしながら、失速しかねないとんでもないことが起こっているのです。それは、日銀の福井総裁が逆噴射とも思える政策を行なおうとしていることです。というのは市場に出回るお金の量、つまりマネタリーベースが大きく減っているのです。06年10月の実績で、前年比21・3％もマネタリーベースが減っています。経済というのはお金の量を増やしていかないと成長していかないのに、再びバブル期に陥るのを恐れるあまり、引き締めに走ろうとしているのです。さらに福井総裁は「景気指標がどんなに悪くても、それは一時的なもの」との考えから、必要ならば引き締めを何回でも行なうと言っています。これでは、失速する可能性が大いにあります。

一方、経済が失速しないシナリオとしては、福井総裁が政府の圧力に屈服し、利上げをしない場合です。福井総裁の任期は08年の3月までですから、その間の政府とのせめぎあいが景気を大きく左右するでしょう。

景気の指標となる株価と地価ですが、株価は07年春にかけ、日経平均で1万5000円を割り込むと思われます。06年の3月に日銀が量的緩和

政策をやめてから株価は下がり続けており、1万5000円を割り込むところまでいくでしょう。しかしその後再び上昇に転じ、08年の春頃に2万円の大台に乗ると思われます。ということは、1万5000円を割り込んだときが絶好の買い場でもあると思われます。地価は、大都市の一等地では順調に上がっていくものの、そうでないところではそれほど上がらず、地域間の格差がますます進むでしょう。

ビジネスチャンスは、30代前半の独身者と団塊の世代にある

消費がどうなるかというと、あまり明るい見通しがありません。所得が減っているところにもってきて定率減税が完全に廃止され、その後消費税アップが待ち構えています。さらに各種社会保険料も上がります。庶民の財布の紐が緩む要素がないのです。

そんな中、唯一期待されるのが、晩婚・非婚化がもたらした30代前半の独身者と、大量に定年を迎える団塊の世代です。この2つの層は、パチンコなどレジャー産業においても大いに期待されるユーザーとなるでしょう。

とはいうものの、彼らは何でもかんでもお金を使うわけではありません。彼らの心をうまく捉えた〝遊び〟を提供できたレジャー産業のみが、恩恵をこうむります。特に団塊の世代は手ごわいです。彼らはシルバーと言われることに抵抗を持ちます。彼らのプライドをいかに保ちながら心をつかむか、その知恵が必要です。

ところで私は、消費を回復するのは簡単だと思っています。まず、金融緩和をしてデフレから完全脱却します。日本経済はまだ、デフレから完全に脱却していないと私は思っています。そして正社員とパートの時給格差に法の網をかぶせ是正します。さらに消費税を上げずに所得税を減税すればいいのです。

しかしながら消費税は、早ければ09年4月に上がるでしょう。財務省は「財源確保のために10%は必要」と言っていますが、現実的には8%くらいに収まるでしょう。

ただし安部政権が07年夏の参議院選挙で大敗して退陣に追い込まれると、消費税アップのシナリオは一変します。しかしその場合には〝小泉政権再登場〟という超ビッグサプライズが考えられ、そうなると政治だけでなく経済も混沌とした時代に突入していくかもしれません。AJ

もりなが　たくろう

1957年生まれ。東京大学卒。経済アナリスト、獨協大学経済学部教授のほか、三菱UFJリサーチ&コンサルティング客員研究員も務める。「未来型パチンコ産業創生会議」のメンバーでもあり、自身もパチンコを趣味とする。「忙中暇ありで、気分転換によく行くんですよ。だけど1回の所要時間は30～40分くらいしかとれませんが」と言う。

「パチンコブームをおこす」

『ぱちんこ冬のソナタ』をはじめヒット機種を連発し、
2006年のパチンコ市場を席巻した京楽産業。
だが、ここに至る道のりは決して平坦ではなかった。
エンドユーザー指向の機種開発こそが業界を発展させる。
その一念で同社を牽引してきた榎本善紀新社長の思いを聞いた。（文中敬称略）

INTERVIEW

京楽産業㈱代表取締役社長

榎本善紀

Yoshinori Enomoto

文＝野崎太祐（本紙編集主幹）
text by Taisuke Nozaki

2006年8月、父である榎本宏社長（現会長）の後を受けて新社長に就任。38歳という若さを武器に、2006年はパチンコ市場を席巻した。20万台の大ヒットとなった『ぱちんこ冬のソナタ』をはじめとした一連のヒット機は、一般ファンはもとよりホール関係者の間でも評価は高い。

大ブレークの兆しは05年からあった。『ぱちんこウルトラセブン』『ぱちんこ水戸黄門』が市場で評価された。それは京楽3カ年計画という大きな流れのはじまりだった。では3カ年計画とはどういうものなのか。

「カテゴリー別の機種ラインナップ戦略です。02年の夏以来、エンドユーザーが楽しいと言ってくれる機械、稼働を最重要事項と捉えて作ってきました。市場には、私が考えるボーダーラインを越えたものしか出さないというやり方をしてきたんです。そうして経験値をこつこつ積み上げてきました。そろそろ戦略的に、ホール様が京楽の機械だけでも営業できるようにと、ハイスペックからポピュラーなミドルスペック、甘デジ、羽根モノと、現在の市場に即したパチンコの機種構成はこうあるべきじゃないかという提案を形にして、06年は順番に示してきました」

転機となった『ジュラシックパーク』

いまでこそ、京楽ブランドが多くのホールに支持されているが、実は榎本にとって悔しい出来事があった。02年、幕張メッセで行われたパチンコ・パチスロ産業フェアで大々的に発表した『ジュラシックパーク』が転機だった。

「それまでにやってきたことで自信もつきはじめていたので、『ジュラシックパーク』、『華王』、『必殺仕事人　激闘編』と立て続けにヒット機種を出して、もう1ランク上に上がろうと意気込んでいました。『ジュラシックパーク』は、幕張での評価も高く、10万台ぐらい販売させていただきました。経営的には十分な数字です。でも、実際に市場に導入されると、その期待に沿えなかった。ホール様からの期待が高かった分、お客さんがつかないことへのギャップで、『京楽は見てくれが良くて派手だけど中身がないね』というような評価になってしまった。これはまずいなと思ったら、案の定、『華王』は計画の半分以下しか売れませんでした。

その頃からです。メーカーは売れればいいというだけではダメなんだと考えました。『売れればいい』という考え方は、実は『売れなくなる』ことへの第一歩なんですね。そう考えるうちに、一発売れるということにあまり魅力を感じなくなってきた。売れ続ける、勝ち続けるためにどうすればいいのか。メーカーとしてどうすれば存続できるのかを考えました。何をやらなきゃいけないのか、どうあるべきなのか。いまにして思えば、ちょうどいいタイミングで考えられたのかもしれません。大きな転機でしたね」

それまでの京楽は売れない時代が続いていた。「1台でも多く売りたい」。経営者としてそう考えるのは当然だ。そのためには派手なタイトルで話題づくりをして、大々的にプロモーションをやればいいのではないか、そう思っていた。

「でも、そうではなかったんです。稼働というエンドユーザーの支持がベースにないとダメなんだということに気づ

かされました。理想論に聞こえるかもしれませんが、エンドユーザーが楽しんで、ホールが賑わって、その結果としてメーカーが潤う、3者の間でWIN-WINの関係を作らないと、メーカーが、業界が繁栄し続けることはありえない。そこを目指しながら売れていくというスタイルに変えていかないと行き詰まってしまうだろう。単発で売れる機種より定番機種じゃないかなと、その頃から思うようになったんです」

次の『必殺仕事人 激闘編』でなんとか稼働をとらないと、京楽の機械は売れなくなる。崖っぷちの危機感。それまで、デザインや演出はそれなりに作っていたつもりだった。でも本当にそれで稼働が取れるのか。様々なことを考えながら、本格的に自分自身でクオリティチェックをするようになった。『必殺』は、正月商戦前に許可が取れていたが、発売を先延ばししてまで、試打ちと修正をくりかえした。納得いくまで3回ほど許可を取り直した。発売にこぎつけたのは03年のGW前だった。

「稼働を取らなくてはと思ってはみても、そのころは（ファンが面白いと思うかどうかを図る）モノサシがありませんでした。そのときの自分が思う、これならなんとかなるんじゃないかというレベルまでは絶対に妥協しない。このくらいの確率で予告を出して、このくらいの確率で大当りが来て、そのときの演出はこう、そのときユーザーはこう感じるだろうと。試打ちして調整、試打ちしてまた調整、それを開発の社員たちと一緒に繰り返しました。そうやって納得がいくまで調整をして、販売し、市場の反応と照らし合わせる。そうして徐々に精度をあげていくしかなかった。最初のころはある種、想像の世界です。過去のヒット機種や流行っている機種などを参考にして、とりあえずそのとき100点だろうと思うレベルになるまで妥協しませんでした」

自分が納得する機械以外は市場に出さない。自分で判断して自分で結論を出す。危機感がバネになった。

「『必殺』の結果は良かったんです。でもまだあてずっぽの領域でした。そして、そのやり方でいまに至るまで毎機種積み重ねてきた。その結果、いまはある程度精度の高いモノサシができました」

市場の評価が徐々に得られるようになり、榎本は次のステップへと駒をすすめる。

「カテゴリー戦略を考え始めたのは04年の規則改正に入る前ぐらいですね。規則改正によってバリエーションが作れるようになる。それならユーザーが、規則改正を本当に実感できるような新しいものがいいだろうと。その

とき新規則第一弾は『ウルトラセブン』と決めていた。私はギャンブル性×演出がパチンコのひとつの切り口だと思っています。キャラクターを活かすためにも、ギャンブル性と演出のバランスにバリエーションがあったほうがいい。規則改正の一番の目玉は継続率を操れるというところだったので、じゃあ継続率に特化した機械がいい。当時、パチスロで『北斗』がヒットしていたので、これはもう継続率を演出するなら『バトルモード』でしょと(笑)。それで、最初は1/277で作っていたんですが、それでは中途半端だと。1機種でいろんなことをしようとし過ぎていたんでしょうね。継続率に特化するなら徹底的に特化しようということで、継続率を上げて初当りの確率を下げました。MAXタイプの決定版『ウルトラセブン』の誕生です。その代わり、次に予定している『水戸黄門』はモチーフが中高年層向けなので、一番お客さんのパイの大きなスペックを狙ったほうがいいんじゃないか。その次の『冬ソナ』は新しい顧客をつかめるコンテンツだと思っていたので、初心者でも打ちやすいレベルのほうがいいんじゃないか。そう考えるととてもスッキリしたんです」

1機種1スペックという開発方針は、このときに生まれたものだ。

「スペックがたくさんあるとエンドユーザーは混乱すると思うんです。確かに賢いユーザーや若い人たちはわかって打っている。でも、いまパチンコで大事にしなくてはいけないのは最もパイの大きい中高年層です。その人たちにあまり難しいことを提供してはダメ。『ウルトラセブン』はこういう機械ですと、全部でアピールしないとエンドユーザーには届きません。スペックがたくさんあると、ホール様も迷うだけ。複数スペックを作るのは営業論なんです。どのホール様の要望にも応えますよと。でも、メーカーのメッセージを的確にエンドユーザーに届けるには、ぼけてしまう要素はなるべく省いたほうがいい。全国どこのホールで打ってもセブンはセブン、水戸黄門は水戸黄門と感じてほしい。そういう考え方です」

機械はうちから出て行く子供

1機種1スペック。そしてカテゴリー別の機種開発。この路線で、京楽の快進撃が始まった。そして06年、『冬のソナタ』が登場。この機械は「パチンコファンを増やし続けます」という京楽のスローガンを大きく打ち出す絶好の機会となった。

「世間の人に『何を言っているんだ』と言われないのはあのタイミングしかなかったのかもしれません。こちらとしてもあのスローガンは満を持して打ち出しました。あれほどたくさんのヨン様ファンがいて、経済効果を起こすような熱狂的なコンテンツは、そうはありません。そういうところをうまくお借りしようと思いました。パチンコに興味をもってもらったり、社会的認知をあげるとか、いろんな効果があったと思うんです」

『冬のソナタ』は20万台の大ヒットとなった。06年の年末を迎えても撤去されない長期稼働。専用のオフィシャルホームページをつくり、パチンコに興味のない人にもメッセージを送った。ホールに女性客を呼び込むという目的もそれなりの成果が出た。『冬のソナタ』は、新規ファン獲得のひとつの可能性を示したともいえる。

「確かにパチンコを『冬ソナ』からはじめたという人がいるのは事実だと思います。でも、この先はメーカーだけではダメで、ホール様と一緒に取り組んでいく必要があるとも感じました。例えばうちの直営ホールでもそうなんですが、初心者の女性は、『冬ソナ』を打ってみたいと思ってホールには来る。でも"打つ"という行為はもうひとつハードルが高いようなんです。当社でもショウルームなどに来ていただいてハウツーパチンコをやりました。そこまで用意してはじめて打ってもらえる。直営店では、初心者の方に打ち方を教えてあげた。そこをやったかやらないかでずいぶん変わってくる。それを全国的にやることができていれば、もっとユーザーを増やせたんじゃないかという感覚はあります。コンテンツのパワーを使って新規ユーザーを開拓するという意味では、『冬ソナ』は60点ぐらいでしょうか」

京楽はプロモーション活動においても注目を集めている。その最たるものが長期稼働を促すテレビCMなどによる稼働支援だ。

「機械が40点の出来なのにCMを打

って効果がないと思っています。でも80点のものを90点、100点にすることはできる。それがプロモーションだと思うんです。機械がある程度のレベルを超えていないとやってもムダだと思っています」

一方で、CMにお金を使うなら機械代を安くして欲しいという声があったことも事実だ。

「私たちはホール様へお届けした後には機械をいじれません。だからこそ、ホール様に大事に使ってもらいたいという意味も込めての稼働支援なんです。機械はうちから出て行く子供みたいなものですから、なるべく成功する条件を整えてあげたい。『7のつく日はセブンの日』というように半ば強制してしまうところも、ホール様がそれをうまく利用してイベントを打とうとか、メインの機種として大事に使ってみようと思ってもらいたいという狙いです。そうすることでエンドユーザーに対して流行っているとか、メジャーとか、話題の機種といった雰囲気が伝わると思うんです。とにかくお客さんを盛り上げる雰囲気を作りましょうと。機械を納品したら終わりではなくて、ファンが楽しめる機械だと自信をもって送り出します。だから、京楽のその意気込みにどうかホールさんも乗っていただきたい。おかげさまで『ウルトラセブン』ぐらいからは「(CMを)やってくれてありがとう」という声を多数いただけるようになりました。最後はホール様の使い方が決め手で、最近は機械とプロモーション、ホールで三位一体の攻撃になってきたと感じますね」

ヒーローになりうる機械を出していく

07年はパチスロの5号機問題で大変な年になると予想されている。そんな業界の中で、榎本はどんな計画をあたためているのか。

「いま制作しているタイトルには『必殺仕事人』『冬ソナ2』『仮面ライダー』などがあります。基本はカテゴリー戦略をもっと進化させること。まずは、今ホールの稼働を支えている中高年層のユーザーをしっかりとつかまえておくこと。その上で、若者向けのラインを増やします。スロットの先行きが不透明なだけに、パチンコが頑張らないといけない。キャラクターやゲーム性で若い人たちが好むような機械もキャンペーンの形で出していきたいと思っています。大きくはその2軸で考えています。」

06年は京楽のブランド価値が高まった1年だった。それだけに07年は期待される立場になる。

「確かに期待に応えなければいけないという思いはあります。自信がないということではありませんが、責任の重さに対して謙虚になれば、不安にもなります。でもいまは営業部門も含めてホール様との信頼関係が強固になりつつある。なんとか供給台数や納期というホール様の要望に今まで以上に応えるようにしていきたい。逆に、一緒にパチンコブームを起こせるように、機械の使い方や接客という部分ではホール様に協力をしてもらって、一緒になって盛り上げていきたいですね。どの業界でもヒーローが出てこないと盛り上がらない。京楽はヒーローになりうる機械を出していくので、それを一緒に育てていただきたい。そこはぼくらだけではできないんです。この状況を好転に向かわせるには、業界が一丸となってパチンコブームをおこすしかないと考えています。07年はそれを軸にして、厳しい時代ではありますが、業界発展に少しでも貢献していきたいですね」

苦い経験もした。崖っぷちも味わった。それでも、信頼と実績をコツコツと積み重ねていま、花開いた。

京楽の勢いは止まりそうにない。AJ

えのもと　よしのり

昭和43年9月、愛知県生まれ。愛知県立鳴海高等学校卒業後、京楽産業.の補給部門であるユニオン(現・株式会社京楽)に入社。平成7年に京楽産業へ転籍し、平成10年に取締役、平成18年8月より代表取締役社長。尊敬する人物は同社のCIもてがけたアートディレクターの大貫卓也さん。趣味はゴルフ。ハンデ「6」という腕前だが、「いまは20ぐらいですね」。最近はゴルフをする暇もない忙しさ。

ショック越えろ!

ドル・ショック(71年)、
バブル・ショック(91年)、オイル・ショック(73年)、
社会や経済を大きく揺り動かすような出来事を、ライブドア・ショック(06年)……。
そして2007年。パチスロ旧基準機の検定切れによって、人々はこう呼んだ。
ホール業界にどんな激震が走るのだろうか。
“5号機ショック”。それは、すべてのホールを震撼させる、
かつてないクライシスなのだ。

業界震撼
特集 これを読まずに、あなたのホールに未来はない
5号機を乗り
遊べる
遊パティコーナー

原点回帰

正広社長

北海道・関東で店舗を拡大し、成長を続ける正栄プロジェクト。前期(2006年9月期)には売上高2000億円を突破、店舗数は30店舗(06年12月末現在32店舗)にまで増加した。一方で、美山正広社長は強烈な危機感を抱いていた。いまのままでは成長を続けられない――。2007年の5号機問題を前に、原点回帰の姿勢で挑む決意を聞いた。

――まず、2006年を振り返ってください。業界全体、そして正栄プロジェクトにとってどんな年だったとお感じですか?

美山　ひとつは行政指導の変化がうかがえた年だったと感じています。例えば閉店時間の厳格化や広告規制なども含めて、今まであいまいだったことを確実に実行するように指導が行われた。これは今まであまり記憶がないことでしたね。行政が本気でこの業界を再度引き締めにかかっているなということを感じた年でした。当然、2007年のパチスロ4号機の撤去という問題につながっていくと感じています。

――ホールの現場では、お客様が減っているという実感はありましたか?

美山　確実に減っていると思います。玉単価を上げることによって客単価を引き上げ、結果として長時間遊技ができなくなったファンが離れてしまう。この構図が行き着くところまで行ったと思うんですね。正確に言えばそれは前年ぐらいからです。その結果、業界が娯楽に向かうのか、ギャンブルに向かうのかという選択を突きつけられた。もうひとつ、業界全体の大型店化と大量出店の是非が問われた年でもありました。店舗数を拡大して売上規模を上げることが業界発展につながるのか。これは、私自身の経験から振り返っているんです。

――前期(06年9月期)は9店舗を出店していますね。

美山　出店した9店舗のうちの約半分は、オープン後、目標数字まで引き上げるのに相当な時間がかかってしまいました。軌道に乗るまでに苦戦しましたので、その間は計画以上の放出や販促コストなどがかかる。そういう店舗が1店舗1店舗と増えてくると、元々の優良な経営状態をむしばんでいきます。そういうことが起きて、実際には大きく課題を残すことになりました。

――そうすると、今期はどのような出店計画をお考えですか?

美山　元々計画していた2店舗中1店舗はオープンし、もう1店舗は12月末オープンですが、これ以上店舗数を拡大する年にはしません。それよりも原点回帰の年にしたい。現場力の再強化による既存店の再強化が今年の課題だと思っています。これは今期、私が陣頭指揮を執ってやっていきます。

会社が変わるのは今しかない。様々な環境が訴えた

――5号機問題も含めて、07年は厳しい年になりそうです。そういう意味でも原点回帰が必要だと?

美山　そこですね。そこが本当に大事なところです。07年は現場力を問われる年になります。ここを乗り越えるためには、店舗とトップの間に距離があってはならない。だから現場型の組織にするために、11月から組織をすべて見

INTERVIEW

(株)正栄プロジェクト

インタビュー・構成＝野崎太祐(本誌編集主幹)

直しました。本部制をやめて10の部門を作り、すべて私の直轄にしました。文鎮型です。なぜなら、トップの意思を明確に現場に落としていかないと、現場管理ができないからです。07年は業界もそれだけ大きな変化の年。当社としても、改革の重要な年になります。前期売上げが2000億円を超えて、おかげさまで成長させてもらって、これから3000億、4000億を目指すためには、今しかできないんです。

――それは非常時体制ということですか？

美山　社内の緊張感を得るために、ある意味、非常時体制ということです。今は異常事態なんだ、うちの会社は安泰じゃないんだと、それを知らしめたい。それぐらい危機感を持っているんです。私自身、これまで間違ったこともたくさん決断してきました。それでも何とかここまで来た。それが、業界の環境が大きく変わろうとするときに、上に立つ自分が椅子に座って、建物の中で指示しても現場には伝わらないし、乗り越えられない。「トップは本気だ」という、社内に対するメッセージです。これは結果として会社を強くしてくれるはずだと思っています。

――その方針は、いつ頃から考え始めたんですか？

美山　06年の8月ぐらいからですね。新規出店の立ち上げの失敗などがあり、何かがおかしいとわかっていましたから。何かおかしいのに危機感がない。みんながおかしいことをおかしいと言わなくなっている。例えば、こういうことです。当社の指針は平均台売り5万円超です。これが6月ぐらいから1000円ずつ落ちてきた。結局、前期は平均台売りが5万円を少し切った。私が一番ショックだったのは、営業の現場もしくは会社の中から「まずいですよね、社長」という言葉が出てこなかったことです。私が言って初めて議論になった。つまり、現場で起きている生々しい情報が、耳障りのいい情報として上がってくるようになっていたんですね。今まではなんだかんだ言っても数字が出ていました。そこに皆があぐらをかいて社内での危機感が薄れていった。これはヤバイと思いました。会社が変わるのは今しかないんだぞと、様々な環境が全部私に訴えたんです。

――難局に立ち向かうために、改革が必要だと？

美山　環境に流される漂流会社にはなりたくない。必ず目的地にたどり着きたいと思ったら、たとえ波風が吹いても、自分で変えていくしかないんです。今何もやらなければ、1年後には遭難し、漂流した会社になる。常に環境に言い訳する会社になる。5号機になったから、競合店が出てきたから、人材がいないからと、言い訳しか言えない会社になる。そういう会社にはしないという、明確な意志を示したかったんです。

従来の射幸性を前提にした経営計画を壊していく

――では、パチスロの5号機への移行という具体的なスケジュールについては、どう対処していきますか？

美山　まず最悪のシミュレーションを考えました。このままの設置台数で5年間何もしなかった場合、売上げは40％減少、粗利も40％減少と想定し、増加するコストを加えて今後5年間をシミュレーションしてみました。驚くことに100億円を超える利益の減少になりました。ではその数字で会社は耐えられるのか。売上げや粗利が下がっても、顧客に負担をかけないでどこまで会社が持ちこたえられるか。財務戦略も含めて考えた結果、充分に耐えられました。それともうひとつ、パチンコ・パチスロの構成比率をどうするか。多分パチスロ比率を下げる場面も想定されるでしょう。当社ではスロット専門店の「E／S」という業態を持っています。これは今、好調なんですが、複数の想定をしています。上手くいけば継続して「E／S」でいける店舗があると思いますが、逆の場合には即座に一部パチンコか、もしくは思い切って8号営業に切り替える、あるいは地域密着型で低玉貸しパチンコを併設するといった業態転換も視野に入れています。その辺はギリギリまでいろんな引き出しを持っておいて、判断しようと思っています。

――6月まで状況を見極めながら方針を決めていく？

美山　そうですね。ギリギリまで見極める店舗もあれば、早い段階から構成比率を見直すところもあります。ただギリギリまでというのは、策があって引き出しがあるからできることで、ぎりぎりまで考えていて間に合うわけではない。だから今から引き出しを用意して、最良の方法が的確にわかったときには、その引き出しを使ってやるということです。

――5号機に移行すれば、当然売上げは下がります。これまでの利益構造を変えないと対応できないのではないでしょうか？

美山　そうですね。CR機が出てから、高い射幸性に依存して業界が十数年来てしまった結果、限界が来たわけです。それなのに、いまもこの流れの中で出店が行われている。いままでの射幸性を前提にした経営計画が組まれているわけです。これを壊していかないとこのロジックから抜けられないと思います。メーカーもこのロジックです。単価が上がれば儲かりますよと。このロジックから

抜けられない限りは、本来のパチンコの健全化になりません。ここから抜けていかないとダメだと思います。その代わり売上げは下がります。私は売上げを下げてもいいと思っています。だから一部低玉貸しの店舗を実験的にやります。ここでお客様が納得して遊んでくだされば、このニッチが成立するかもしれません。低玉貸しは主流にはなりませんが、必ず隙間を埋める役割は果たせると思っています。売上げを下げてもいいから、お客様が遊技する時間を延長させていく。これができない限り、この業界は将来的に発展しないと思います。もちろん、フルスペック機の等価交換はあってもいい。でもそれが全部ではダメなんです。これからは、大型の投資をし台数を増やして客単価を上げて収益を上げる、という考え方は成り立たなくなるのではないでしょうか。

みやま　まさひろ

1966年6月生まれ40歳、広島県出身。
日本遊技関連事業協会北海道支部副支部長・企画教育委員。
札幌遊技業協同組合理事。あすか信用組合理事。

勝ち残ってラッキーではない

――これまでの状況に、ある意味で行政がストップをかけた。でもそれで悲嘆にくれていても仕方がない？

美山　そういう意味では、本当にこれでいいのかと、問題を提起されているんだと思うんです。行政の方針を、受動的に被害者として受け取れば、「大変だ、大変だ」という会話しかない。だけどこれから起こる状況を、本当にこれでいいのかというある種の現状否定の機会だと捉えると、考え方は違ってくると思うんです。5号機営業を現実的に考えれば悲観的なものしか出てきません。でもこの環境の変化に対してどういう提案をしていくか。これを機にどこまで変われるのか。こう考えると実はチャンスはたくさんあると思っています。売上げを捨てることは、経営者はなかなかできない。でもある意味では、新しいものを吸収していくためには、何かを一度手放す必要がある。今回はそのいい機会だと思います。

――最初に財務戦略からシミュレーションしたということですが、そこをやらないとこれからの経営自体が考えられなくなるんですね。

美山　財務戦略がしっかり取れる企業で、なおかつ現状否定ができて、変化に対して恐怖を覚えない会社にはすごくチャンスがあるはずです。パチスロを取り巻く状況はそんなによくない。でも実はこれが大きなチャンスなんです。同じ資金を使うのであっても、これまでとは使い方が変わってくる。ある意味では、パチンコホールという業態そのものを見直す機会であると思っています。

――業界全体、あるいはホール再生の始まりの年になるのでしょうか？

美山　今後、店舗数は最悪1万軒を切るというシミュレーションが成り立つと思うんです。すると経営企業数が減るので寡占化が進むわけですね。結果として、残った企業の姿勢が問われる。そして残った企業が今後の業界を作る。だからこそ、絞り込まれて残った企業にとって、パチンコが社会的認知を受け、日本にパチンコは必要だという存在意義を作るために、与えられた使命はすごく大きいはずです。そして、いったん血を出した後で、ここから業界は必ず再生する。この環境変化を乗り超えた企業は将来ものすごく可能性があると思いますね。もちろん責任というものも含めてです。「勝ち残り戦略」「生き残り戦略」とよく聞くんですが、何のために生き残るんですか？ その場の生命をつなぐためですか？ そういうことじゃないんですね。生き残った企業が業界を変えるんです。だから勝ち残るというのはすごい責任があって、「勝ち残ってラッキー」ではない。むしろ勝ち残るほうが厳しい試練が待っているかもしれない。強烈な責任を問われて、業界のあり方を考える使命を負うことになりますから。だからこそ、私たちはそこに向かっていきます。原点に帰って、取り組みたいと思っています。AJ

戦う決意
慶満社長

奇抜な店舗作りで知られる『玉三郎』を新潟県に10店舗、埼玉県に2店舗を展開する株式会社エム・アイ・ディ ジャパンの舵を取る三井慶満社長は、5号機時代を乗り切るプロジェクトを打ち出し、勝負に出ようとしている。（文中敬称略）

パチスロ5号機時代はコスト削減ではなく抜本的な改革が必要

――2007年のパチンコ業界の動向をどのように予測していますか？

三井　パチスロが5号機時代に突入すれば、パチスロユーザーの来店頻度は間違いなく下がるでしょう。画一的なスペック、射幸性の低下が、ファン離れを引き起こすのは目に見えています。これを悲観したホール企業は早々に営業に見切りをつけているようです。遊技人口の減少、換金問題などがのしかかってくれば、ホール件数はあっという間に7000軒にまで減少するでしょう。

――5号機時代に突入すれば、台粗利の低下も避けられないとお考えですか？

三井　遊技機の性能に頼っていては、台粗利がアップすることはないでしょう。これからのホール営業の見通しははっきり言って暗い。機械代が10万円台まで下がるなら状況は変わってくるかもしれませんが。パチンコ業界の構造は、メーカーが川上でホールが川下。川下が弱いから、ホールのさらに下流にいるお客様の意向を汲むことができない。市場にお客様のニーズが反映されていないのだから、衰退産業にならざるを得ないのです。

――衰退産業の宿命からは逃れられないのでしょうか？

三井　パチンコ業界が隆盛を極めていた時代は、3割の利益があって、遊技台の入替えは年3回くらいで、機械代は10万円前後だった。多少の射幸性はあったとしても、大衆娯楽の範疇にあった時代です。現在のお客様のニーズは「遊パチ」を求める方もいるでしょうが、大多数は高射幸性を求めています。しかも、遊技機に液晶画面を搭載していることが当たり前と捉えられるようになり、機械代が高騰した状態で、3割の利益を確保できるわけがない。

――対応策として、まず手掛けなければならないことは何でしょうか？

三井　コスト削減ですね。機械代を圧縮し、人件費や広告宣伝費を削減し、パチスロ島を縮小する。パチスロ島を縮小することは機械代の圧縮にもつながりますが、出玉感の演出効果アップも期待できます。ただし、今挙げた方法は、コスト削減で生き残っていける企業に限ります。弊社を例に上げると、ホール全体の年間粗利はおよそ72億円。5号機時代に突入すれば、店舗の粗利は2割減になる。年間14億4000万円の粗利が失われることになります。この損失を中古機の活用といったコスト削減で補おうと努力をしても限界があります。もし、競争力を失ってしまうほど経費を削れば、自分で自分の首を締めるだけです。多くのホール企業は、コスト削減だけでは、これからの5号機時代を乗り切ることは不可能でしょうね。

――パチスロの粗利減をパチンコで補うことはできませんか？

三井　パチスロ島からパチンコ島への改装を試算してみましたが、経費がかかりすぎます。改装費用は、1台当たり機械代30万円、設備機器代が70万円で、100台分改装したとしたら、これだ

INTERVIEW

(株)エム・アイ・ディ ジャパン

聞き手＝野崎太祐
構　成＝小澤顕治

みつい　よしみつ

1959年、東京生まれ。中央大学商学部を経て、81年に三井企画（株）に入社。89年にニュー国際新潟（株）を設立し、94年に代表取締役就任。98年に「玉三郎」での事業展開開始。99年には（株）エム・アイ・ディ ジャパンに社名変更。現在、（株）エム・アイ・ディ ジャパン、（株）エム・アイ・ディ ワールド代表取締役。

けで1億円です。改装費用を度外視して行ったとしても、パチンコ島への改装を競合店が追従してきたら、商圏内のパチンコ台数が過剰になり、粗利減は避けられません。もし改装するならば、パチンコに重点を置いているホールで、かつ地域性がパチンコにマッチしているかどうかを見極める必要があるでしょうね。

社内改革を成功に導くコミュニケーション

——台粗利の低下は避けられないでしょうが、どのくらいになるとお考えですか？

三井　現在のパチスロの台粗利は5500円前後ですが、5号機時代は3000円から3500円が適正な台粗利と見ています。そうなれば台粗利は4割減。誰もがホール営業が厳しくなると予想する一方で、でも何とかなるだろうという甘い認識を抱いている人もいます。メーカーがどんなに努力しても、台粗利5500円のパチスロが保通協の型式検定試験を通過するとは考えられません。ホールの営業努力でも、4000円くらいまで上がればいいところでしょう。ところがスロット専門店は必死ですから2000円あたりで勝負を仕掛けてくるはずです。パチンコ・パチスロの併設店ではできない積極的な方法でくるでしょうね。台粗利2000円あたりで6ヵ月営業すれば、地域のお客様を全て取り込めます。併設店は、この勝負に参加するかしないかがひとつの分かれ道です。もちろん弊社はこの勝負に乗ります。

——勝算はあると踏んでのことですか？

三井　弊社では2006年の10月1日より新たにABCプロジェクトを立ち上げました。

「A」は粗利の改善。全店舗の稼働を落とすことなく、現状より10％の粗利アップを目標に掲げました。そのために重要なことはクギ調整。経験に頼ったものではなく、アミュゼクスが開発したASPシステム「シンフォニー」を活用しています。これは、台固有の大当り周期（バイオリズム）の予見から、稼動・収益ロスを改善するサポートシステムです。

「B」は接客の戦略化。単なる強化ではなく、お客様を囲いこむための接客です。今後、5号機時代に突入すれば遊技台での差別化はますます難しくなり、ホールの同質化が進みます。そこで、スタッフ一人ひとりが顧客を獲得する。例えるならホールのキャバクラ化ですね。

「C」はホールの明快なテーマ化です。『玉三郎新発田店』は内装をバリ調に改装し、店内には噴水を設け、店名も『バリアンリゾート玉三郎』と、ホールのコンセプトを明確にしました。100坪くらいある景品コーナーの90％がアジアン雑貨やバリ調の家具が占めています。お客様に元気と癒しを提供する「パワーアップヒーリングパーラー」として、これまでなかった新しい玉三郎のイメージをお客様に植え付けることができたのではないでしょうか。

——すでに1カ月が経過していますが、手応えはいかがですか？

三井　粗利の改善に関しては、「シンフォニー」を全店に導入して、スタートもTY1も変更せずに粗利約10％アップに成功しています。接客の戦略化、ホールの明快なテーマ化については、評価を下すまでもう少し時間が必要です。プロジェクトを立ち上げてから1カ月経ちましたが、これからはABCプロジェクトの意味を全ての従業員に周知徹底しなければなりません。そのために行っているのが全役員による全店の朝礼終礼での訓示です。なぜABCの3つが大切なのか、この3つを実践することで弊社はどのように進化するのか、さらにパチンコ業界にどのような影響を与えていくのかを徹底して訴え続けています。今何をすべきかを執行役員とエリア長、店長が1店舗内で同

じ内容を繰り返しフェイス・トゥ・フェイスのコミュニケーションで伝えることで、メールなどの文章で伝えるよりもダイレクトに伝えることができます。これからもっと生のコミュニケーションの量を増やしていくつもりです。このくらい徹底しないと現場の意識は変わりません。

廃業したホールを安く買える 2007年は店舗拡大のチャンス

――パチンコ・パチスロの機種構成は変更されますか?

三井　パチンコについては、羽根モノや甘デジといった遊パチ、一般的なホールでは設置されていない機種を導入することで、競合店との差別化を図りつつ、遊技機の入替え回数を減らす方針です。パチスロについてはデータ取りから導入機種まで5号機について全般的に担当する執行役員が、試行錯誤している段階です。2店舗あるパチスロ専門店で、これまで発売された5号機を全て導入し、情報収集を行っています。5号機の導入は年明けからどのホールも積極的に導入してくるでしょうから、その前に少しでも5号機に関するノウハウを蓄えておくことが重要です。

――低玉貸し営業に乗り出す予定はないのですか?

三井　低玉貸し営業は、これまでと同じ営業手法では絶対に失敗します。成功しているホールが少ない中、最近視察に行ったホールは軌道に乗っていました。このノウハウは、等価交換のホールに導入しても、売上が一気に上がる可能性のある素晴らしいものでした。ただし、既存店を半値貸し営業に変えるなら、これまでのお客様全てを失うつもりでやることですね。その代わり、競合店とはまったく違う客層になりますから、競合店がどんなイベントを行おうが、チラシを打とうが、何の影響も受けないでしょうね。

――競争力を下げずにコスト削減はできませんか?

三井　コスト削減には、ウルトラCの解決策はありませんから、まず、中古遊技機の活用、新台売却の戦略的なシステムを構築することがひとつ。それからテレビCM、DM、折り込みチラシ、メールなどの広告宣伝費の費用対効果を見直すことです。次に人件費の見直しですが、これは業務内容の見直ししかないでしょう。高齢層の再雇用と、業務のアウトソーシングを視野に入れる必要があります。このほかに付け加えるなら、消費電力の低減や、店舗維持費の見直しでしょうね。これ以外にも、財務の抜本的な改革を考えています。

――具体的にはどのようなことを考えているのですか?

三井　銀行とリスケジュール交渉を行う方法がひとつ考えられます。しかし、これはまず銀行側が承諾しないでしょう。悪くすれば、回収を図りにくるかもしれません。もうひとつの方法は、資産・負債のオフバランス化です。債権、不動産を証券化して、3年から4年が経過した段階での買い戻し特約をつけられるファンドを探すことで、一時的に借入・金利負担を軽減することが可能になります。例え年利10%でも、銀行に返済する元金と利息の半分以下になるケースもあります。一時避難と考えれば、利用しない手はないでしょう。キャッシュフローにかなりの余裕が生まれるはずです。

――つまり、ファンドを通じてホールを経営するということですか?

三井　簡単に言えばパチンコビルです。ホールをサブリースすることで、ホール経営に意欲を持っている人に貸し出します。ただし、3、4年後の買い戻しの第1順位の権利を取得した上でです。これとは別に、ホールの廃業がこれから増えるでしょうから、そのホールを買取して、ホール経営の経験豊富な人材に営業を任せることも考えています。こういった新しい仕組みを作らないと、パチンコ業界はいつまでも衰退産業のままでしょう。

――ゼロからホール営業をスタートしたほうが、負債も少なく有利かもしれませんね。

三井　まったくの新規ホールを手掛けるのではなく、既存ホールを活用すべきです。そして台粗利２０００円で成立するかどうかを見極めなければいけません。それともうひとつ、全国ホールチェーン企業でもエリアによっては3年が経過すれば、地域一番店ではなくなるホールもあるんです。と言うことは、最長でも3年で回収できる見込みがなければ、出店すべきではないんです。

――それでも２００７年は勝負に出ますか?

三井　もちろん出店を続けます。出店することで売上を上げていく。先ほども言いましたが、支出を減らすにも限度がある。それなら収入を増やすしかない。そのための出店です。確かに今はホール企業にとってピンチかもしれない。しかし廃業するホールがどんどん増えるわけだし、そのホールを手に入れることで、低コストで出店することができる、チャンスと考えることもできます。将来ではなく、今、しなければならないことがたくさんありますよ。今から半年の間にホール企業の格差はどんどん開いていくでしょうね。AJ

2007年は新たなチャレンジ

トップ企業の危機対策とは!?

パチスロ5号機への移行という問題は企業規模の大小を問わずホールに変革を迫っている。自他共に認める業界トップ企業のマルハンも例外ではない。近著『マルハンはなぜトップ企業になったか？』（ビジネス社）でマルハンの企業力に迫った船井総合研究所・主席コンサルタントの奥野倫充氏が、マルハン・韓裕副社長とともに、変革期のホール経営を語った。（文中敬称略）

構成＝野崎太祐（本誌編集主幹）
text by Taisuke Nozaki

対談

㈱マルハン 代表取締役副社長

韓 裕

Yu Han

——奥野さんが書いた『マルハンはなぜトップ企業になったか？』が注目されていますが、この本はどういうきっかけで生まれたんですか？

奥野　ビジネス社の編集者から企画を提案されたのがきっかけです。でも、私の指導先にはマルハンさんの競争相手がたくさんいます。だから、最初は受けていただけないんじゃないかと思っていましたが、韓副社長に快く了承していただけた。だからマルハンさんの懐に飛び込み、マルハンさんの懐で生まれた本だと思っています。

韓　船井総研さんとは営業競争という面もありますが、こちらも勉強させてもらっています。社内のことが表に出ることに賛否はありましたが、今までやってきたことが業界の中の人、外の人の参考になればと思いました。ノウハウが外に出るという理由での反対は、社内にはあまりなかったですね。

——韓さんはこの本を読んで、どんな感想を持たれましたか？

韓　難しいですね（笑）。私は取材された立場の人間ですから…。ただ、本当にたくさんの人に熱心に取材されていましたね。マルハンはどんどん変わっていっています。とくに「人」にテーマを絞ったときに、問題意識を持って、考えて、アクションを起こし、自ら動き出す「人」をたくさん作っていかなければならない。その点についてマルハンにはひとつの考えがあって、そこをきちんと書いてくれたなと、思っています。

奥野　取材をしていて強く感じたのは、15年、20年と注力してきたマルハンの人づくりの年輪でした。多くのホール企業さんと接していて感じるのは、結果に対する要因分析ができていない店長さんが多いことです。業績がよくないという現状について、「なぜなのか？」という分析ができないまま問題解決を図ろうとする。マルハンさんのように、根っこからしっかり人の教育

特別

㈱船井総合研究所

奥野倫充

Norimichi Okuno

をやっていく会社が増えれば、この業界はもっとよくなるなと感じています。

韓　実は、私は出来上がった本を読んだ時に「恥ずかしい」と思いました。照れくさいという意味ではなく、自分たちがやっていることに自分たちが合格を出しているような気がしたからです。いま、業界も厳しくなってきているので、いろいろな意味で変わっていかなければならない時期であり、我々も例外ではない。改善しなければならないことは山ほどある。しかし、これまでのマルハンが「人」で伸びてきたことは事実であって、ここまでの「まとめ」として、自分たちが確認をするという意味でも、「次へ行くぞ」という思いを新たにしたという意味でも、いいタイミングで本にしていただいたと思っています。

奥野　マルハンさんの組織の発想は、あくまでも押し付けないで、部下が主役で上司が引き立て役という発想が脈々とあるんですね。こいつのやりたいことをいかにサポートするか、ということを徹底して実行しているのがマルハンの人材育成の発想です。この本を通じて、多くの企業で上意下達の発想が方向転換されれば、ホール業界内での人材育成のスピードが上がってくるのかなと強く感じています。

十数年間のチャレンジが土台に

——マルハンには200人以上の店長がいますが、今後も成長を続けるためには店長の育成というテーマは手が抜けませんね。

韓　人づくりは、この十何年間積みあげて、やっとここまできた結果です。今は店長の予備軍であるマネージャーがざっと600人くらいいます。その600人の中で年間30人から40人が店長に抜擢されています。そうした、店長になりたいと頑張っている人たちがいるので、逆に組織に厚みができてきました。もちろん店長としての質はもっと高めていかなくてはいけないのですが、十数年間のチャレンジが、いままたチャレンジできる土台になっていると思います。

奥野　マルハンさんが悩んでいる人の問題というのは、次元が違うという感じがしています。300億円以上の売上があり、複数店舗になってきた企業さんで起こりうる問題は、店長さんがいないという問題です。店長の素質がない人を無理矢理店長にしたり、店長がいない中で店舗を増やしている。そういう企業が次に抱える問題が、店長をまとめる役割の人がいないという悩みです。自動車でいえばクラッチがなくてエンジンと車輪がつながらずにエンストばかりしている状態ですね。その点、マルハンさんは店長づくりに関しては悩みがないといえばない。店長さんを束ねるエリア長とか営業部長という役割を作ることに関しても100点中60点か70点はもうクリアされています。この仕組みはマルハンさんの中では及第点以上といえるのではないでしょうか。

——とはいえ、これだけ組織が大きくなってくると、トップの意志がきちんと末端まで伝わりにくくなってくるのではないでしょうか？

韓　そうですね。だんだんと伝わり

にくくなっていると思っています。だから、いま、改めて200人の店長を私と本部長とで面談しているんです。そもそも、1兆円、200店舗という目標は2010年に達成する予定でした。で、我々が努力した結果でもあるんですが、いろいろな要因があって前倒しになった。でも、200店舗になったその調子で、気がついたら300店舗になっているということはありません。200店舗をひとつの節目として、過去を振り返って「よく頑張ってきた」ということと、「これからこうしていくぞ」ということを、きちんと向き合って話していく必要があると思っています。私が描くマルハン、みんなと約束して創ろうとしているマルハンは、何らブレるものではありません。だけど、急拡大の中ではいろんなことが起こってくる。その中で若干でも不満があると、「会社が変わっちゃった」という言葉になってしまう。そこが心配になってきたんです。成長していく過程で生じる様々なひずみみたいなものに対して失望するのではなく、それに対してチャレンジしてくという意識を持って、我々の描くマルハンを作っていこうと。

2007年を、会社が次のステージにいくための大きなチャレンジにしたい

奥野　面談では、かなり濃密なお話をされるのですか？

韓　私が就職セミナーや面接で話をして、内定者フォローや内定式のときに一緒にお酒を飲んで、入社研修の時に社会人としてのスタートに立ち会い、送り出したあとは、極端に言えば、その後3年も4年も接点がなくなるんです。で、彼らが店長になったときに、社長面談があって、その後一緒に食事に行くんです。そうすると学生のときの話になる。「あのとき本部長（当時）と約束して、こうして店長になって、店長として話ができることがうれしいです」って。ものすごく繋がっていると感じる瞬間です。その間、頑張ってくれて、苦労して辞めようと思ったこともあるでしょう。だからこそ、店長になって、店長として話をするというのは、感慨深いものがありますよ。

いままでの場所とは違う場所へ

――ところで、2007年はパチスロ5号機への移行というスケジュールがあり、業界の大きな転機になりそうです。マルハンでも経営計画に変更などがあるのでしょうか？

韓　そもそも来期の出店計画や売上目標などは数年前に作ったものなので、当然ながら見直しが必要でしょうね。稼働の作りかた、機械の入れ替え、イベントもですが、（お金を）かけたら跳ね返ってきた時代とは違ってくる。かけても跳ね返りがないのなら戦略を変えていかなければならない。利益構造についてもいままでとはまったく違うものになってくると思っています。とくに、日々の営業戦略を見直していく。新店のサイズを変えていく必要があるだろうし、PS比率の設定、5号機スロットにどう対応していくのかという課題もある。それらをトータル的に見直していきます。

奥野　5号機に関して言えば、私は今から5号機を入れてもお客さんは育たないと思っています。順次入れていかなければならないとは思いますが、7月1日からが勝負。個人的には、5号機時代のパチスロの構成は、店の半分から6割くらいがバラエティーコーナーになると見ています。いままで以上に、少台数多機種構成という方向に振っていかないと、機械の性能のレベルが低くなるわけですから、費用対効果が合わなくなる。私がコンサルティング先にご提案しているのが、店の半分がバラエティーコーナーになるのなら、そのコーナーの半分は中古機でもいい。そういう準備ですね。

――マルハンのような巨大企業では、これまでの考え方を変えるということは大仕事ではないですか？

韓　いえ、そんなに大変ではないでしょう。当社はいつも変えていますから。変えるということには、いままでもチャレンジしてきています。悪く言えば、コロコロ変わっているとも言えますが（笑）。ただ、今回（2007年）はいままでのような、枠の中での変化ではな

く、違う世界に行くという変化だと思うので、大変さはあるでしょう。企業としての体質変化や、組織の強化をしないと乗り越えていけない、大きな壁だとは思っています。

奥野　規模が大きければ利益計画の変動幅が大きいのは間違いないでしょう。しかし、マルハンさんの場合は、パチンコの稼働がしっかりしている店が多いので、パチスロ減台・パチンコ増台という単純な策でもかなりカバーできると見ています。マルハンさんは、そんなに心配されてないのでは?

韓　そんなことありません。大きな危機意識を持っていますよ。いままでの場所とは違う場所に行くということとは、指標が変わるということですから、新しい指標をもって、独自の生き方で打って出ることが必要になります。大きな変わり目なので、それに遅れてはいけないという危機感はあります。4号機を撤去しなければならないのは現実です。そういう厳しい現状に対して、どう工夫して前向きに生きていく道を作っていくか。これは、トップが考えを切り替えなくては対応できないことなんです。

前に行く、攻める年にしたい

――今後、業界が縮小傾向に向かう認識は、もう二人ともお持ちだと思うんですが、その中で、マルハンはこうしていくという方向性はなにかありますか?

韓　今までの競争の世界とは違うところに、みんなが行かないといけないと思うんですね。そこで、独自のものを磨くことが一番必要だと感じています。その中で、マルハンの強みとか、商品とは何だということをもっともっと尖がったものにしていく必要がある。そこに対して挑戦をする。前に行く、攻める年にしたいですね。自分たちが成長していくということに対して攻めていく、大きな声を出していく、チャレンジをする。これはもう、今まで以上に強い意思を持ってやらないとダメだと思います。

奥野　私はある意味、悲観的に見ていて、ある意味、楽観的に見ているんです。おっしゃるとおり、今の機械スペックが中心のパチンコ市場では、客数が減っていくばかりです。お客さんの滞在時間が減っていって、客単価が上がっていっている。逆に低玉貸し業態が出始めたこととか、遊べるタイプの機械の市場の比率が上がってきていることなどは楽観出来る要因だと思います。現状は「海」だけの店、あるいはスロット専門店しかないんです。もっともっと低玉貸しのような新業態が増えてきて、いろんなお客さんのニーズに合ったお店が出てくれば、遊技人口が増えてくると思っています。

規模が大きければ利益計画の変動幅が大きいのは間違いないでしょう

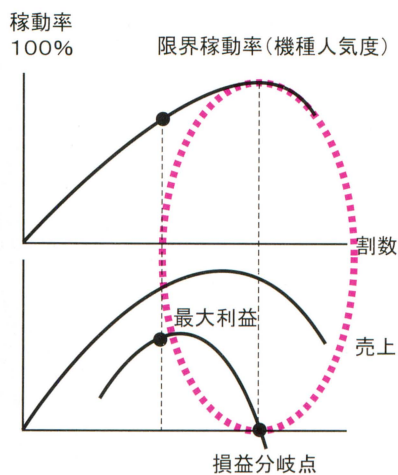
奥野倫充

――現在の市場環境の中で、マルハンの2010年の売上5兆円という目標に変更はありますか?

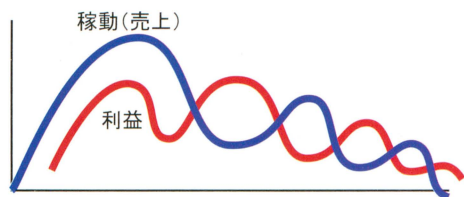
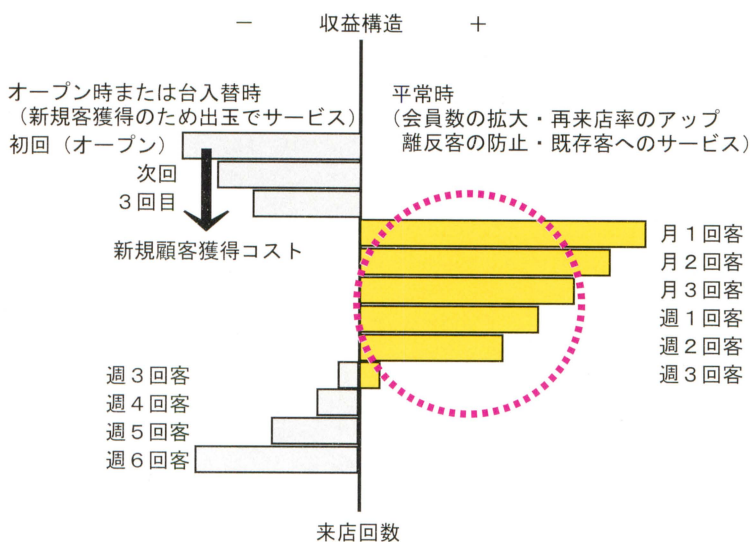
韓　いや、それはまだ修正していません。5兆円というのは、5号機問題などをきちんと分析し直せば修正することになるとは思うんですが、数字の問題ではないんです。5兆円という計画の裏にあるメッセージは、「挑戦し続けるんだ」、「一番でなくてはならないんだ」、「ここでよしとするな」とか、「目標というのは簡単に届くような目標を設定するんじゃなくて、みんなが総力を挙げて必死になってやってもまだ届かないようなものを設定するんだ」ということだと私はとらえていて、金額の修正が必要なときは修正すればいい。ただ、簡単に修正してしまうと、その裏側にあるメッセージを否定してしまうということになってしまいます。あくまでも裏側にあるメッセージは修正しない。これはマルハンの意志ですから。

奥野　取材して思ったんですが、マルハンさんのポテンシャルでは3兆円までは現状否定しなくても行くでしょう。それでも5兆円という目標を掲げて、トップから末端までが、現状否定して挑戦しないと目標は達成できないという思いで意思統一されている。そういう意味では、修正しないというところが、マルハンさんの強さじゃないかなと感じます。常に自分を追い込んで、なんとか頑張ろうとやっていますね。

韓　目標を達成するためには、当然、戦略を持つ必要があるし、目標に対して生きていく道をそれぞれ作っていく必要性がある。2007年のチャレンジを、会社が次のステージに行くための大きなチャレンジにしたいと思っています。 AJ

環境激化をためにに!!

オープン時（赤字覚悟で出血大サービス）
↓
収益を上げようとすると客が逃げる
↓
オープン時の繰返し（機械と出玉勝負＝従来の手法）

経営とは

− ＜ ＋

負のスパイラル　　死＝倒産

稼動と利益を確保するためには、収益逓増の法則に則ったホール営業をするという対応策が有効です。
顧客を見れば収益構造が変わる。
マス・マーケティング時代からOne to Oneマーケティング時代へ。
その結果ライトユーザーの拡大につながり、ひいてはそれが業界の活性化につながるのです。
2007年の業界再編時代を勝ち残るため、そろそろ経営的判断を下す時期ではありませんか？

ヒューテック株式会社

ヒューマニズム（人道主義）とテクノロジー（科学技術）の融合をめざす —— それが私たち「ヒューテック」です。
ヒューテックはパチンコ文化を創造し、パチンコ店を核とした21世紀の新社会・新経済システムの構築をめざします。
※●はパチンコ玉とともに人の頭（英知）と情熱を表し、メビウスリングでテクノロジーと結ばれ一体となります。

◇本　　社　〒464-0074　名古屋市千種区仲田二丁目10番12号　TEL:(052)745-7770　FAX:(052)745-7771
◇東京支店　〒101-0042　東京都千代田区神田東松下町14番地　TEL:(03)5298-3111　FAX:(03)5298-3390
◇大阪支店　〒532-0011　大阪市淀川区西中島一丁目9番20号　TEL:(06)4806-5577　FAX:(06)4806-5587
◇名古屋支店　〒464-0074　名古屋市千種区仲田二丁目10番12号　TEL:(052)745-7773　FAX:(052)745-7771
◇福岡支店　〒812-0013　福岡市博多区博多駅東一丁目14番34号　TEL:(092)437-3377　FAX:(092)436-1177
◇仙台支店　〒980-0014　仙台市青葉区本町二丁目9番8号　TEL:(022)716-9330　FAX:(022)716-9355
◇新潟営業所　〒950-0912　新潟市南笹口一丁目1番12号　TEL:(025)240-7770　FAX:(025)240-7775
◇E-mail : info@hutec.co.jp

2007年の勝ち残る

'07年のパチンコ業界はファン人口の減少、5号機営業時代の到来等、ホール経営企業の優勝劣敗が益々進むと予想されています。

寡占化を強める大手ホール企業を向こうに回し、今までの営業形態を続けていては、現状維持はおろか、ここで思い切った策を打たないともはや生き抜くことさえ困難な状況です。

今、パチンコ業界再編という大きなうねりがすべてを呑み込もうとしています。
このように環境が激化する中には、ある予兆が見えてきます。
その予兆とは
物量主義から**心質主義**へ　**台帳**から**客帳**への転換です。

市場を創造し、未来に挑戦する幹部の意識・行動・態度と第三者評価

明るい部屋		暗い部屋
顧客を視点	考え方	物・量視点
顧客満足度の追求	満足度	機械・出玉の追求
顧客一人ひとりに個別対応	対応	顧客全員一律対応
人（顧客・社員）のために	行動	規模の経済を重視
顧客シェア重視	効率	出玉率重視
次なる一手を狙う	反省	繰返しによる向上を狙う
自律要因（積極的に顧客の中に入っていく）	態度	他律要因（顧客との間に一定の距離を保つ）
（顧客のため・自分のため）	奉仕	（行政が・機械が・玉が）
顧客5不解決主義	解決策	機械の入替と出玉勝負
顧客シェアアップ＝利益向上	評価	物量追求のための収益逓減
加点評価	＋－評価	減点評価
顧客・社員満足度の向上と業績向上に対して	報酬	管理マネージャーとしての向上と業績向上に対して

第1章

危機を克服するための知恵

5号機ショック、その原因と対策

もう待ったなしの状態になった5号機の大量入替え。
機械代の資金確保、客離れ対策など、業界はこれまで経験したことのない
苦渋を味わっていかなければならない。
5号機ショックはなぜ起こるのか、そしてその対策は?
「危機」を「好機」に変えるためのヒントを
ここからぜひ読み取ってほしい。

遊べるパチンコ・パチスロの定義は「5000円で2時間遊べること」だが……

導入率わずか6%

2004年7月1日、「遊技機の認定及び型式の検定等に関する規則」等の改正条文が施行された。警察庁が決めたこの新基準に従って、05年7月には初の5号機（パロット）『花月伝説』がホールにお目見え。9月に出たパチスロ『新世紀エヴァンゲリオン』をはじめ、現在までに約70機種の5号機が続々と市場に投入されている。

しかし、07年末の時点で、全国ホールでの5号機導入率は、わずかに6%ほど（DK-SIS調べ）。総設置台数約190万台のパチスロのうち、5号機は10万台強、残り170万台は4号機というのが現状だ。こうした事態に、警察庁も「3年間も猶予期間があるのに、入替が遅々として進まない」と不満をもらしている。確かに、射幸性が低く、瞬発力のない5号機は、コイン単価が低く、粗利が上がらないためホールにとっては扱いにくい。しかし、それ以上にスペックやゲーム性について、一般ファンの支持がなかなか得られないということが、導入が進まない大きな理由として挙げられる。

面白くないから、遊ばない

ここで、新基準に決められた5号機の主な規定のうちいくつかをあらためて見てみよう。

- 出玉規制（実射だけでなく、シミュレータ試験でも条件を満たすこと）
  ①400Gで出玉率300%未満。
  ②6000Gで出玉率150%未満。
- ストック機能＝不可
- AT機能＝条件付で可能。消費コインを押さえるだけなら良いが、大幅にコインを増やす機能であってはいけない。
- 引きこみ制御＝成立役を最大限に引きこまなければならない。

まず、ストックタイム（ST）機能で、完全確率方式によらない意図的な連チャンを発生させることは不可能になった。また、AT機能搭載は可能だが、大幅にコインを増やすことはできないので、4号機のような「一撃数千枚」といった瞬発力のある遊技機は作れなくなった。それ以前に「400Gで出玉率300%」「6000Gで出玉率150%未満」といった"出玉リミッター的な"規定が設けられているため5号機は、「一撃わずか数百枚」という極端にパワーダウンした出玉性能しかもつことができなくなったのである。

業界の趨勢が「射幸性が低く、遊べるパチスロ」に向かっているのであれば、こうした出玉規制はいたしかたのないところだ。しかし、ファンが5号機に寄りつかない理由は「ギャンブル性」が低いから、というただ1点に求められるほど単純ではない。

最大の理由は、打っていて面白くないからである。その原因の一つが、「成立役を最大限に引きこまなければならない」という引きこみ制御の規定である。この規定の大きな目的は、ストックタイム（ST）機能封じだ。4号機の開発者は、もともと射幸性を下げるために付与されていたRT機能を逆手にとり、「揃わないリプレイ」という概念を考案。このゾーンでボーナスをストックし、小役で解除することで実現した合法的な連チャンシステムは、今回の引きこみ制御の規定により完全に封印されてしまった。

しかし、行政側の射幸性を低くするためのこの「転ばぬ先の杖」が、その副作用として5号機のゲーム性を極端につまらないものにしていることは否めない。目押しをすればボーナスフラグの確認ができるため、液晶上で、いくら派手な演出が出ようとも期待できないのだ。4号機の『北斗の拳』があれほど人気になったのは、解除契機小役が出現した後、最大32G間「もしかしてボーナスに入っているのではないか」という期待感を持続できた点が大きな理由の一つ。このドキドキ感があるため、ファンは1000~2000円の追加投資をして、もしそれが無駄になっ

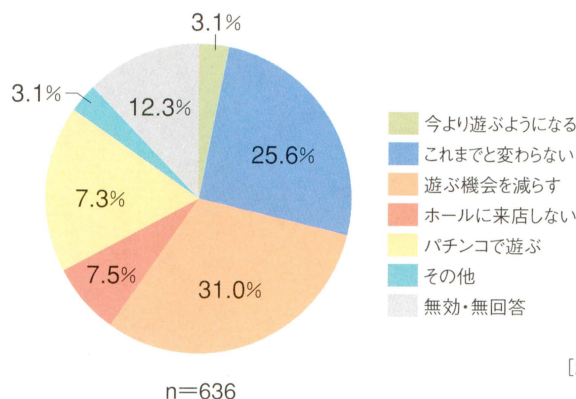
図1　5号機時代になったらパチスロとどうつきあいますか?

[2006 日遊協調べ]

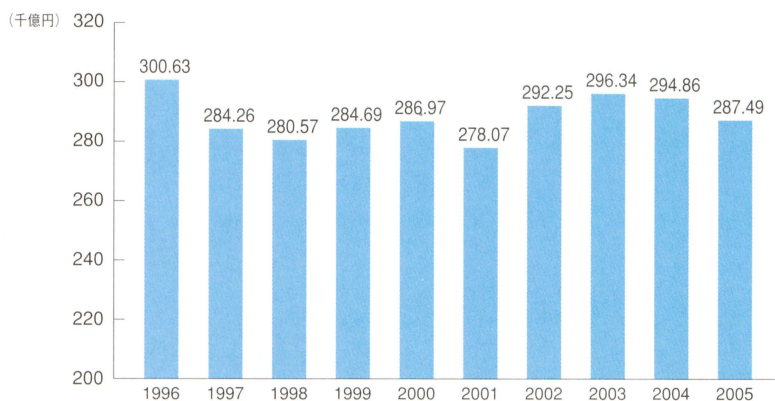
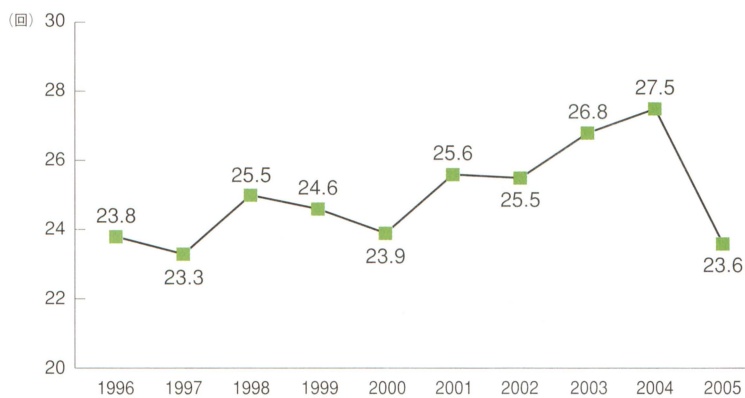
図2　市場規模

『レジャー白書 2006』

図3　年間平均活動回数

『レジャー白書 2006』

ても自分で納得することができた。このシステムが稼働を上げ、粗利アップにつながっていたのだが、5号機ではこうしたシステムは一切許されなくなった。もし、ボーナスフラグ成立後10G間だけでも、ボーナス絵柄が揃わない制御が可能であったなら、導入率はもっと違っていたかもしれない。

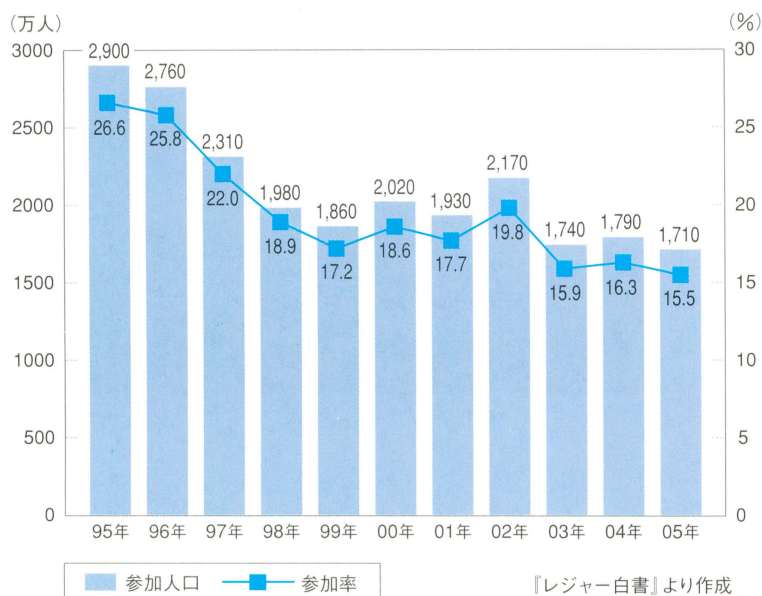
厳しい規制の中、メーカー各社は工夫を重ね、さまざまなタイプの機種をリリースしている。あれこれと知恵を絞る開発者には頭が下がる思いだ。しかし、それでもなお、ユーザーには受け容れられないのが現状だとすれば、さらに工夫を重ね「本当に面白い台」を開発してもらえるよう願うほかはない。

国民的大衆娯楽の凋落

すべてのパチスロが5号機に変わったとき、まず懸念されるのがファン離れだ。06年、日遊協が一般ファンに対し行ったアンケートで、「5号機時代にパチスロとどう接するか?」と聞いたところ(図1)、約4分の1が、「パチスロはもうやらない」と答えている。もちろんパチンコにシフトするファン(全体の17・3%)もいるが、このほか約3割は「これまでよりも回数を減らす」と答えていることから、稼働が大幅に下がることは避けられそうにない。

また、あらためて言うまでもないことだが、ここ10年でパチンコ・パチスロの遊技参加人口と参加率は大幅に減少(図4)している。95年には2900万人の参加人口があったが、05年は、1710万人にまで落ち込んだ。「国民的大衆娯楽」という表現は、もはや当てはまらなくなりつつある。

エンビズ総研の調査によるデータを見てみると(図5)、パチスロの参加率は2000年の12・2%をピークに、04年には6・9%、翌年は「北斗・吉宗人気」でやや盛り返したものの、06年には6・8%と再び下落。最近、平日の日中は稼働が2~3割で、どの島もガラガラという状況がよくあるが、参加率が全盛期の2分の1という数字を見ると、単に各ホールが集客の努力をしてもいかんともしがたいということがよくわかる。

5号機の特性として、コイン単価や粗利が低いことが挙げられる。4号機では、コイン単価4円、粗利が1万円を超える機種も多かったが、5号機では、コイン単価2円、粗利が3000~4000円といった、異なった条件で営業をしなければならない。同じ「パチスロ」と言う名前がついていても、まったく違うジャンルの遊技機と考えた方が良いのだ。もちろん、1000円あたりのベースは5号機の方がはるかに高い

ので、ゲーム性や液晶演出に魅力のある台ならば稼働は上がる。しかし、ホール側が赤字覚悟で高設定を入れ、あらゆる方法で集客を図ったとしても、4号機の倍の稼働を上げることは難しいし、たとえそうなったとしても累計粗利は、旧基準機以下という場合も多い。

分割&レンタルシステムの落とし穴

5号機の入替えで、ホール関係者がもっとも頭を悩ませているのが、機械代の資金確保だろう。売上げの少ない5号機でも、おおむね1台40万円という機械代は変わらない。入替えに必要な業界全体の総費用は、半年で5000億円とも言われているが、これは現状の倍の金額だと言う。大手ホール企業ならばともかく、中小のホールではどうやって資金を調達しようかと思い悩んでいる関係者も少なくないはずだ。メーカーの中には、こうした需要を見込み、台数制限付ながら約20万円という破格の価格でパチスロ台を販売するところも出てきたが、これはまだまだ少数派だ。

こうした中、ホールの窮状を救おうと登場してきたのが、分割払い制度やレンタルシステムだ。従来から6回の手形分割払いといったシステムはあったが、最近はホール側の立場を考え、より利用しやすくバージョンアップした制度も少なくない。12回払いや24回払いで、月々の支払額は条件付ながら1台当り、1万円～3万円程度。また、筐体込みだけではなく、面替えのみ、ソフト書き換えのみといった、より手軽な形での導入をサポートするプランも多い。さらに、初期の分割&レンタルプランで不評だった台数しばりやチェーンホール間での移動ができないといった不都合も、ホールサイドの声を反映することで、徐々に改善しているメーカーも多い。

これらの制度が、5号機導入のサポートになることは間違いない。しかし、月々の支払い負担が軽くなるとはいえ、分割やレンタルプランは利息が加算され、一括で支払うよりも支払い総額が大きくなる場合もある。一括払いならば40万円の機械が、分割支払い総額が50万円以上になったのでは、今年前半の大量入替えはしのいだとしても、支払いを先送りにした債務は、その後のホール経営にズッシリと重くの

図4　パチンコ遊技参加人口・参加率

『レジャー白書』より作成

図5　パチンコの遊技参加率・パチスロの遊技参加率

エンビズ総研『06パチンコ参加実態調査』

パチンコ業界の歴史

1949年	貸玉料が1円から2円に。
1952年	店舗数3万軒超。
1953年	連発式パチンコ機禁止。店舗数半減。
1956年	店舗数が約8,800軒に。
1959年	風営法一部改正。パチンコは7号営業に。
1960年	チューリップ機登場。
1965年	オリンピアマシン登場。店舗数約12,000軒。
1969年	100発式パチンコ登場。景品上限額500円。
1970年	店舗数9,500軒に減少。
1972年	貸玉料1個 3円。
1973年	電動式パチンコ登場。
1978年	貸玉料1個 4円。
1980年	フィーバー機登場。
1982年	セブン機自主規制。店舗数約11,000軒。
1985年	パチスロ登場。パチンコは出玉が最高1,300個に規制。
1988年	パチスロ2号機登場。
1990年	パチスロ3号機登場、景品最高限度額が10,000円に。
1992年	CR機・パチスロ4号機登場。旧要件機自主規制。
1996年	高射幸性機種撤去。
2003年	パチスロ『ミリオンゴッド』など検定取り消し。
2004年	7月以降新基準機以外は認可されなくなる。
2006年	みなし機撤去。

小箱1つの出玉に一喜一憂していた時代もあったが……

しかかってくるはずだ。

最近ごく少数のメーカーが手がけ始めた分割やレンタルの支払いをしても利息分の負担がかからない制度の普及が、業界全体の将来に渡る発展のためには欠かせないのではないか。

パチンコブームの再来はあるのか

実際にすべて5号機に切り替わった場合、廃業せざるを得ないホールが続出すると予測する業界関係者は多い。現在約1万5000軒あるホールのうち、存続できるのは約1万軒だけ、すなわち、5号機時代を生き残れるのは、3分の2の店舗だけだというのだ。これは、最悪のシナリオだとしても、実際に数千軒単位のホールが消えていくのはどうやら避けられそうもない。それは過去、何度かあった規制強化による業界激変の歴史を辿れば、単なる懸念ではないことがわかる。

1952年、連発式パチンコの登場で、店舗数は3万軒を超え、ホール業界の第一次黄金時代と呼ばれた。ところが翌年、連発式が禁止されると、店舗数は半減。以降ホール数は減り続け、56年には、8800軒まで下落してしまった。

ところが、60年にチューリップ機が考案されると、パチンコの人気が復活、業界は第2次黄金時代を迎えることになり、5年後の65年には1万2000軒まで回復した。

その後も44年の100発式(1分間に100発発射できる機械)、80年のドラム式フィーバー機などファンに支持される機械が登場するたびに、「射幸性の高さ」が指摘され、規制が行われ、その都度ホール軒数は増加と減少を繰り返してきた。

こうした長いホール業界の歴史を見れば、「規制があってもまたいずれ回復するのではないか」という希望をもつこともできる。しかし、一方で、現代の多様化した国民のレジャー嗜好を考えると、そう単純に回復の可能性があるとは言えない。

前述したように、95年に2900万人あったパチンコの参加人口は、わずか3年後の98年には、2000万人を下回るまで激減してしまった。これは、パチンコそのものに魅力がなくなってきたからというよりも、日本の社会の余暇時間の過ごし方が多様化してきた影響が大きい。同じ1～3万円のお金を使うにしても、小旅行に出かけたり複合型商業施設での岩盤浴やショッピング、食事、その他のレジャーなどに費やす。また、ブロードバンドの普及により驚異的に増えたインターネットユーザーは、時間とお金を最も効率良く使うための情報をいとも簡単に手にいれられようになった。時間と経済的な余裕があった場合に、「何が何でもとりあえずパチンコ」という層は少なくなったのだ。

未だかつてない危機がここにある

このように、社会の消費構造がかつてない程複雑・多様化した状況下では、「以前のようにじっと辛抱していればいずれは回復する」という待ちの姿勢では、危機を乗り越えることができない。確かに、連発式やチューリップ機、フィーバー機、最近ではパチスロのST機やAT機のように、その時々に救世主的

な機種が登場し、パチンコ業界の「復興」に貢献してきた。しかし、「時間が余ったらパチンコ」という層そのものが激減している現代では、魅力的な台の登場で業界が活気づき、各々のホールも自然に売上げが伸びるといった「神風」は吹いてくれそうにもないのだ。『週刊アミューズメントジャパン』のアンケートでも、5号機の大量入替にどう対応して良いか分からないという声が少なからず寄せられている。「店を閉めるしかない」「今回の規制はいくらなんでもひどすぎる」「長年通ってくれた常連さんには申し訳ないが、どうしようもない」……。こうした悲痛な声が、07年はますます増えていきそうな気配だ。また、検定切れで4号機を撤去した島に、新しい5号機を入れず、そのままシートをかけて閉鎖したというホールの情報も聞こえてくるようになった。「5号機ショック」によるホール業界の凋落が今まさに、現実のものになろうとしているのだ。

低玉貸し営業のホールも見かけるようになってきた

個別・具体的なソリューションがホールを救う

しかし、ビジネスの世界において「危機」は「チャンス」というもう一つの側面をもっている。もし、店舗数が現在の3分の2になるとするならば、市場のパイを分配する人数が少なくなるわけだから、この危機的状況を勝ち抜いたホールは、大きな成功を手にする可能性があるのだ。

勝ち抜くためには、今までと同じことをやっていてはもちろんダメである。今回の特集で、執筆ないしは取材に応じてくれた各分野の専門家も、異口同音に「5号機大量入替による影響を細部に渡るまでチェックしシミュレート、個々の事象ごとに的確な対策を立てる必要がある」と助言する。今までのように、集客のため新聞折込みチラシをまき、出玉イベントを行い、ホールコンピュータのデータでベース管理をするといった画一化された従来の事例踏襲的な経営手法では勝ち抜けないというのだ。

たとえば、今までは経営形態としてパチンコかパチスロといった選択肢しかなかったが、ここに「低玉貸し営業」やゲームセンター、飲食店といった他の業種も含めた多角的な店舗形態も視野に入れ、どうすれば来店客を増やし、売上げを伸ばすことができるかを考える。あるいは、設備投資費や機械代購入費だけでなく、人件費、光熱費などを含め細かな部分までコスト削減を図る。そのほか、リピーター獲得のためのターゲットを絞った広告宣伝活動など、あらゆる分野で可能な限り「個別・具体的な対策」を立てることが、5号機ショックを勝ち抜くための第一歩であると言えよう。

2章以下では、この個別・具体策を事例や図表なども交えながら極力わかりやすく紹介した。5号機を導入する際の機種選択の基準などもお役に立てていただければ幸いである。もちろん、ホールの規模、地域特性などにより、とり得べき解決策、生き残り策は異なる。しかし、ホール業界という「枠」を一旦取り外し、一企業として将来に向け、発展していくためには、今何をすべきかと考えれば、自ずとその答えは見えてくるのではないだろうか。 AJ

コスト削減はレンタルシステムが決め手

5号機導入を加速するレンタルシステム

07年6月末を期限に行われる4号機撤去に伴い、大量入替えのための資金負担を強いられるホールにとって、レンタルシステムは欠かせないものとなりつつある。こうしたなか、各メーカーがホールのニーズに合わせ、柔軟に対応するレンタルシステムプランを打ち出している。

複数のメーカー・販社がレンタルシステムを導入しつつある中、ホール側はどのような意識をもっているか、07年9月25日号で本紙読者を対象にアンケート調査を行った。その結果、多くはレンタルシステムに大いに関心を抱いていると同時に、「台数縛り」や「システムのわかりにくさ」などの点で、さらなる改善を求めていることも明らかになった。

「レンタルシステムにどの程度関心をもっているか」という質問には、8割以上のホールが興味を示した。あと半年余りで大量の5号機を導入しなければならず、その資金調達をどうするかという現実に直面したとき、やはりレンタルシステムの活用が有効と考えるホールがいかに多いかがわかる。

また、「5号機の導入は、買取かレンタルか」と聞いたところ、最も多かったのは、「機種によって使いわける」という回答で9割近くに達した。「すべてレンタルで対応」と答えたのは無かったが、現在、すべてのメーカーがレンタル制度を設けているわけではなく、また今後さまざまなスペック、ゲーム性の5号機が登場してくることを考えれば、当然の結果とも言える。一方で「すべて買取で対応する」と回答したホールも1割以上存在した。レンタルシステムへの批判とも取れるが、レンタルシステムのメリットを認識していないホールも少なからずあるという見方もできる。

4号機検定切れまであと半年 5号機の確保はどうするか?

年明け早々、いよいよ5号機の導入に本腰を入れるホールが増え始めるの

IGTジャパン

期間限定レンタルキャンペーン

同レンタルシステムは、「短期間」「低価格」「買取可能」の3つが最大の特徴。最短4カ月からの利用も可能で、この期間を超えれば、ペナルティなしでいつでも解約できる。基本4カ月の場合の利用料金は22万円、ひと月あたり5万5000円と低価格。また、5カ月目以降8カ月目までは月額2万円、9～12カ月目は月額1万2500円でレンタルができる。また、4か月を超えれば買取りも可能。価格は、買取価格38万円に対して、買取までに支払ったレンタル料を差し引いた額で計算される。

アベーレ

アベーレ レンタルシステム

月々3万円×12回払い、適用台数は5台以上で、複数機種の組み合わせも可能だ。リスクを最小限に抑えた手軽な価格設定とシステムのわかりやすさも魅力。ソフト交換は契約期間中ならば、1台当たり15万円で3回までできる。1年間の契約期間終了後は、月々1万円で継続してレンタルが可能。ソフト交換も1台当たり15万円で4回までと2年目以降はさらに軽い負担で入替えができるようになる。

アルゼ

アルゼレンタルシステム

5号機レンタルシステムの老舗的存在。数々の改善を重ね、06年10月からは、導入台数別に「シルバー20台コース」「ゴールド30台コース」「プラチナ40台コース」の3つを用意。月々の支払い金額は筐体レンタル料金が8500円、ソフト購入料金が1万1700円で合計2万200円と、どのコースも共通。契約期間は、いずれも2年(24回)。コースによって異なるのは1年目の面替費用で導入台数が多ければ多いほど、入替えコストが削減できるシステムになっている。

ではないかと予想されるが、まだ180万台残っているとも言われる4号機を、期限までに本当に入替えることができるのか、疑問視する向きも多い。

最大でも月30万台が限度だろうと言われるメーカーやホールの入替え能力もその理由の一つ。しかし、最大のネックとなっているのは、資金面だ。07年の1月から6月まで、順調に入替えが進むと仮定すると、その総費用は5千億円以上、ホールが通常半年間に要する金額の倍にあたる。一括払いや6回程度の分割払いでは、資金調達能力のない中小のホールなどが法を遵守しようとすれば、経営が立ち行かなくなるのは容易に予測できる。

段階的に5号機を増やしていくとしても市場での評価が固まっていない段階で、10台、20台とまとまった台数をレンタルで導入するのはホールもためらいがあるだろう。

「台数縛り」、「システムのわかりやすさ」などはホール関係者から良く聞かれるが、こうした不満に答えるように、基本料金を支払えば数カ月で契約を解除できるなど、より柔軟なシステムを提供してするメーカーも出始めている。

メーカーの開発力への先行投資になるなど、レンタルシステムに対するデメリットも挙げられているが、中古機やレンタルシステムをうまく活用して適性台数を確保していかなくてはならないのが現状だろう。 AJ

※各システムは、06年10月現在のものです。詳しくは、各社にお問い合わせください。

平和 フィールズ オーイズミ オリンピア

PSC（パーラー・サポート・クレジット）

「安心・簡単な5号機導入キャンペーン」と銘打たれた24回手形分割払いシステム。平和※、フィールズ※、オーイズミ、オリンピア4社が合同で展開。新台の場合は月々1万5000円、回胴部入替えの場合は、月々1万円の支払い。初年度に4回、3カ月ごとに回胴部の入替えをする場合、月々の支払いは最大でも4万5000円となる。07年6月までにリリースを予定している機種は、4社合わせて22機種。多彩なコンテンツの中からニーズに合った機種を選択できる点も特徴だ。

※販売ブランド名は平和＝平和ブロス、フィールズ＝ゴールドオリンピア

SNKプレイモア

New ホールサポートプラン

5号機導入支援キャンペーン第2弾。第1弾のプランを推進する中でホール側から集めた様々な要望を反映しているため、より充実したサポートプランになっている。特徴の一つは、プランの対象となる今後発売予定の機種を予め知らせる点だ。ホールサイドは、あとから出てくる機種も視野に入れながら、長期間の導入計画が立てやすくなるという仕組み。従来の2機種分の月額コスト以下で4機種導入が可能となり、より利用しやすいプランとなっている。

トレード

HAWKⅢ導入プラン

ホールの導入計画に合わせ、きめの細かな選択ができる点が最大の特徴。例えば12カ月契約をしたい時は、「月々3万円。面替手数料11万5000円／回はその都度払い」と「月々4万8000円」。3回目以降は11万5000円／回」の2つから選ぶことができる（終了後12カ月の再レンタルも可能）。24カ月の長期レンタルの場合は月々2万3800円で面替手数料11万円／回となる。さらに4カ月新台の発表がない場合は、レンタル解約は無料などフレキシブルに対応できるシステム。

サミー

5号機促進特別レンタルプラン

「スパイダーマン2」限定の特別プランでは、これまでの価格からレンタル促進と5号機導入促進の値引に加え、4号機の下取りも行う。最安値は21万。また、これまで6カ月だった契約期間を4カ月に短縮。5カ月目以降の更新料も2万円に値下げ（12カ月目まで）し、よりホールの負荷を軽減させるプランとなった。同社は市況を鑑み、機種ごとに細かなプランの設定変更をしている。来たる5号機時代に向け、新たなプランを模索中とのこと。

コスト削減はハードが決め手

玉箱なしで省力化を実現。ホールが真のサービス業になる

玉箱不要で通路や台間にゆとりが生まれた

マースエンジニアリング

『パーソナルPCシステム』

各台に計数機能を備え、玉箱が不要になるマースエンジニアリングの『パーソナルPCシステム』。コスト削減とともに接客による差別化が図れる設備機器として、注目を集めている。

玉箱運びからスタッフを解放 少人数の営業を実現

ホール経営の3大支出といえば機械代、広告費、そして人件費だろう。

パチスロの5号機時代を半年後に控え、パチスロの入替回数が増えていくことを考えると、機械代の圧縮は難しい。広告費を削減しようにも、遊技台の入替えやイベントの告知を止めるわけにはいかない。ならば人件費を抑えることはできないだろうか。

2006年12月1日にオープンした『ザ・チャンス花小金井』(東京・小平市)は総台数228台(パチンコ126台、パチスロ102台)、1階がパチンコ、2階がパチスロの駅前型ホール。通常この規模であれば10名程度のスタッフが必要だが同店では5名で、しかも女性スタッフを中心に営業をスタートした。

長崎県長崎市に2006年3月31日オープンした『P-ZONE女神店』は1200台(パチンコ720台、スロット480台)の大型店にもかかわらず、早番・遅番合わせて12名のスタッフで営業し、人件費の大幅削減に成功している。

1000台クラスのホールであれば、早番・遅番合わせて40名のスタッフは必要だろう。こうした少人数のスタッフによる店舗運営を可能にしたのが、各台計数機を備え、玉の島内循環によってスタッフを玉箱運びから解放するマースエンジニアリングの『パーソナルPCシステム』だ。

操作部分には業界初の有機ELタッチパネルディスプレイを搭載。ファンに再プレイ・残高確認など様々なガイダンスを分かりやすく表示する。会員カード利用時の暗証番号入力では数字の配列が毎回ランダムに変化し、セキュリティも万全だ。

吸殻回収機を併設でき、さらに出玉感を演出するための『パーソナルランプ』を開発。ユーザーの声を反映させたバージョンアップで、10年前に開発された初代『パーソナルシステム』を遥かに凌ぐ性能を獲得した。

玉は島内循環するため、ひと島当たりの必要な玉数は従来の1/4に減少。玉箱だけでなく島端に設置する計数機も不要になり、設備面での初期投資を抑えられる。

A 玉箱左のレバーを引けば玉が流れ、その場で玉計数が行える B ユニット中央には操作方法をナビゲーションするタッチパネルディスプレイを搭載 C 島上に設置した『パーソナルPCランプ』が出玉感を演出する D『ザ・チャンス花小金井』では、女性スタッフのユニフォームを清潔感ある白で統一

玉箱運びがなくなり 笑顔の接客が生まれた

スタッフが玉箱運びという重労働から解放されたことで、2006年6月15日にリニューアルオープンした『金馬車新宿店』では、スタッフの定着率がアップ。アルバイト情報誌へ頻繁に募集を掛けることもなくなり、トータル的な採用経費を大幅に軽減している。スタッフを採用するにしても厳選採用で、少数精鋭スタッフによる営業が可能になったという。

さらに、同店の島田昌彦店長は接客サービスの質が上がったと説明する。「大当り時の声掛けはもちろん、ドリンクなどの買い物サービスなど、スタッフはお客様が何を求めているのか察知して、すぐに対応できるようになりました」

『P-ZONE女神店』の山口智英専務も「作業の省力化によって、大型店であってもお客様をお待たせすることがありません。スタッフには余裕ができ、笑顔の接客が生まれました」と効果を認めている。

玉箱運びがなくなれば、女性スタッフの活躍が期待できる。『ザ・チャンス花小金井』では、女性スタッフを積極的に採用し、ユニフォームを清潔感溢れる白で統一している。

「女性スタッフの中には、能力があっても玉箱運びが辛くて辞めていく人も多かったのですが、その心配もなくなりました。玉箱運びでユニフォームが汚れることもないので、白いユニフォームを採用することができました。お客様にはクリーンな印象を持っていただけるはずです」と、同店を経営する高木良孝社長は語る。

ファンの利便性アップで 出玉競争から脱却

スタッフの省力化とともに、お客様の利便性も向上している。一般的に玉箱はホールスタッフが運ぶが、だからといってお客様が玉箱をまったく動かさないというわけではない。ある程度の玉箱の上げ下げはしなければならないが、そのわずらわしさがなくなり、より遊技に集中できる環境を整えられる。

また、獲得した玉を計数機に流す必要がないので、待ち時間によるストレスを感じることはない。その結果、閉店間際まで遊べて、1日の平均稼動は上昇しているという。閉店時間の厳守が求められている現状では、その効果は大きい。残度数はカードに記録されるので、台移動や景品交換もスムーズだ。

玉箱による出玉感の演出はなくなるが、島上に取り付けられる『パーソナルPCランプ』によって、ファンはランプの点灯・点滅と数字で獲得玉数が一目で分かる。

「お客様の中には玉箱積みを『恥ずかしい』と感じていらっしゃる方も多かったので、喜ばれるはずです」と、高木社長は玉箱不要のメリットを強調する。さらに、「玉箱積みは、射幸心をあおることになる。行き過ぎた出玉競争からの脱却、業界の健全化を考えれば、『パーソナルPCシステム』はまさにうってつけのハード。また、スタッフが玉箱運びをするホールでは、どうしてもお客様の対応が優先しがちです。これはサービス業としてはあってはならないこと。私たちもようやくサービス業として第一歩を踏み出せます」と、新たな営業モデルの確立に期待を寄せる。

『パーソナルPCシステム』は、コスト削減とともに出玉に頼らない営業を実現し、ホールを真のサービス業へと導く設備機器といえるだろう。AJ

第2章

インタビュー＆寄稿

勝ち残る営業戦略

ホール業界有識者たちの最強ソリューション

5号機時代には、"やり方"の転換が迫られる

V字回復ホールにみる市場縮小時の業績アップルール

（株）船井総合研究所
奥野倫充

パチスロ市場縮小の2006年に飛躍的に業績をあげた成功事例

昨年のパチスロ業績は皆様も経験されたとおり、厳しい結果でした。約20%程度のIN枚数ダウンとなったといわれていますが、「5号機時代になって更に落ち込むのか……」と考えるとつらい気持ちを通り越して逃げ出したくなる気持ちにすらなります。そんな5号機時代における"光明"を表してくれるのが今回の成功事例（別表①参照）です。

Aホールのパチスロ部門は、2006年上半期は市場縮小に習い業績ダウンを続けたものの、7月から業績を回復。表は8月までの実績ですが、11月には1万7000枚に迫る勢いで業績を回復しています。市場縮小のパチスロ部門でまさにV字回復という事例になりますが、私はその成功要因を以下の3点にあると見ています。

成功要因 その①
機種ごとの粗利配分の変更

Aホールのパチスロ部門における2006年上半期の営業方針は、北斗の拳、番長、ジャグラーといった主力機の延命を考えた粗利配分を重視していました。「活かす」というよりも「殺さない」ための粗利配分を重視していたのです。それを下半期は、地域内で最も多くの台数を設置する番長を活かすことに専念しました。北斗の拳SEやジャグラーは「粗利重視で活用しても一定のIN枚数が保てる」設置比率に大幅に引き下げることにしました。40台の番長でマイナス粗利&徹底したイベント&販促を行った結果、近隣の競合店はおろか遠方からの集客にも成功。まさに番長で"一点突破"に成功したのです。

成功要因 その②
バラエティーコーナーの有効活用

2006年は4号機の新台発売が少なかったこともあり、旧機種に回帰するお客様が増えた年でした。また、大量台数の設置では高稼働が見込めない5号機の活用においても少台数なら活用可能ということもあり、旧機種と5

成功要因 その①
機種ごとの粗利配分の変更
4号機の強制撤去（2007年6月末）までの機種寿命延命を考えた当たり障りのない粗利配分から、市場縮小時の業績アップにつながる粗利配分へ変更した

成功要因 その②
バラエティーコーナーの有効活用
粗利重視にした主力機の設置台数ダウンカバー策を、支持率上昇マーケットであるバラエティーコーナーの有効活用で乗り切れた

成功要因 その③
新規会員の獲得
番長で集客した新規のお客様も含めてメール名簿の獲得を強化。3カ月間で約500名の新規名簿の増加に成功した

2006年における
パチスロ業績アップに成功したAホール

6月

種類	台数	稼動	台粗利
北斗の拳	20	13,500	3,500
吉宗	20	17,500	8,991
番長	40	15,631	3,812
2円※	20	14,412	229
30 φ	40	14,362	4,832
4号機	80	11,934	7,192
5号機	20	5,991	5,052
計(平均)	240	13,260	5,319

8月

種類	台数	稼動	台粗利
北斗の拳	30	16,500	8,000
番長	40	21,000	-1,000
2円※	20	14,019	4,930
30 φ	40	14,702	8,981
4号機	60	14,000	7,860
バラエティー	40	13,500	6,000
5号機	10	12,000	10,884
計(平均)	240	15,431	6,160

※2円…ジャグラー、ニューパルサーなど

号機を少数台数で混合したバラエティーコーナーの支持が上昇した年でもありました。そのバラエティーコーナーの支持傾向を上手にキャッチし、8月には40台を設置。ちなみに現在は60台に増設していますが、稼動はキープしています。支持率上昇の機運にあったバラエティーコーナーの設置で北斗の拳SEやジャグラーといった主力機の設置台数を高めなくてもよかった点も成功要因といえます。

成功要因 その③

新規会員の獲得

遠方からの集客に成功した番長の強化策においては、それだけに留まらず来店したお客様に地道なメール名簿獲得作戦を実施されました。店長を始めとしたホールスタッフの営業努力は涙ぐましいものがありましたが、結果として3カ月で500名の新規名簿（新規名簿＝期間中に獲得した会員−退会者）の獲得に成功。メール名簿総数においても1000名を超え、メールのレスポンスは0・5%といわれるメール販促を打った際の効果を体感できるようになりました。

他にも複数の成功要因が挙げられますが、番長を活かすことを基点に全面展開を考えた結果、業績アップに成功したこのホールのパチスロ部門には、5号機時代のヒントがあるように感じます。

理屈はさておき、大幅な市場縮小となった2006年のパチスロにおいて業績アップとなったAホールのパチスロ部門の成功例からは、市場縮小時における業績アップ成功ルールがあるように思います。

市場縮小時の業績アップ法

市場縮小時と市場拡大時の業績アップ手法の違いを象徴する事例として、2005年の株式運用を挙げさせていただきます。全体的に約40%の株価上昇となった05年は多くの方が「株で儲かった！」と思います。私の友人やお付き合い先の経営者様の中には「会社経営の資金を株式運用で捻出しようかな？」というくらい好調な方もいました。が、06年には株式運用で景気のいい話を聞かなくなりました。05年から06年にかけて市場拡大から市場縮小に市場が変化したからと思われますが、06年において総ての企業株価がダウンしたという訳ではありません。大手企業の株価はしっかり上昇していますので、その上昇株を運用していれば05年と同じく儲けることができたといえます。

05年の市場拡大傾向においては、「投資をした者が勝つ！」です。一番になるかどうかの決め手は「資金力」で、次に「効率よく投資できるか否か」になります。市場拡大時には一番も二番も三番も…儲かるのです。逆に市場縮小時には一番は儲かりますが、二番以下は市場縮小の影響を受ける形になります。下位になればなるほど、市場縮小の影響は大きく、いわゆる二極化現象となるのです。冒頭に挙げたAホールの事例においても、市場縮小時に一番（押忍！番長）を持つことにこだわり、それを基点に展開していった結果業績アップに成功したのです。市場拡大時も市場縮小時も「一番商法」は重要なのですが、市場縮小時における一番商法は、まさに天国か地獄かの選択肢でもあるといっても過言ではありません。

5号機時代の業績アップ法は"やり方"を変えることが必須

前節では少々荒っぽい表現となりましたが、市場縮小となる5号機時代には、やり方を変えて対応すれば業績ア

ップは可能です。少々厳しい表現ですが、「時代が変わるからもう駄目だ！」というのは、「私は過去の成功体験を握り締めて離さない頑固者です」と言っているのと同じです。過去の成功体験を捨てることはとても勇気が要ることですが、07年は、やり方を変えないと乗り切れない時期なのです。私は、やり方を正反対に変えなくてはならない項目は以下の数点だと考えています。

やり方を変える その①
販促手法を変える

新規客獲得のための販促は、来店0回のお客様を来店1回目にするための販促です。1回来店したお客様に再び来店してもらうのも同じ"1回"ですが、資金さえ使えば「0回⇒1回目の来店」の方が比較的容易で即効性があるため、今までは「1回⇒2回目の来店」の"1回"を軽視する傾向がありました。そのやり方はもう通用しないでしょう。

やり方を変える その②
お客様との関係を変える

お客様は遊技台を楽しみに来店されるのですが、遊技台の引き立て役であるスタッフの名演技がより重要になってくると思われます。お客様に選択と集中をしてもらえるお店になるには必要不可欠な項目です。

やり方を変える その③
新業態を創造する

今までのホール業界は、海シリーズ中心のパチンコ・パチスロ併設店かパチスロ専門店の2業態しかなかったといっても過言ではありません。その2業態においては、二番店以下でもそれなりに儲かったので、無理に新業態（ニッチなマーケットで一番を狙う業態）に挑戦する必要がなかったのです。これからは、新業態発想をしないと生き残れない時代になると思います。

5号機時代にも、必ず生き残るホールはある

どの業種、どの時代にも共通することですが、市場縮小時において総ての企業が業績ダウンとなるのではありません。逆に市場拡大時にも、儲け損なう企業があります。結局のところ、市場縮小時と市場拡大時における業績アップの手法が違うため、いつの時代もやり方さえ変更すれば業績アップに成功する可能性はあるのです。

今までの成功体験を握り締めていると難しいでしょうが、柔軟に"やり方"を変えて変化に対応していけば5号機時代は乗り切れると確信しています。AJ

おくの　のりみち
1974年京都府生まれ。1996年（株）船井総合研究所に入社。船井総合研究所の歴史では7人目になるコンサルティングフィー年間1億円（04年、05年）を達成。全国各地にある30社のクライアント先の業績アップを請け負う"社外取締役"としてコンサルティング活動を展開中。

やり方を変える その①
販促手法を変える
新規顧客の獲得を狙ったチラシ、TVCMといった媒体に無造作に資金投下する手法は行き詰まる。固定化・常連客獲得を意図した販促手法が重要となる

やり方を変える その②
お客様との関係を変える
「設備とお客様」という2点の関係から、「設備＆名脇役となるスタッフとお客様」という3点の関係に移行できる発想が重要となる

やり方を変える その③
新業態を創造する
二番手追従の発想を捨て、小さいながらも一番になれる新業態発想が必要とされる

パチンコにも頼れない!?　店舗経営をどう見直すべきか

迫り来る5号機時代に備え今すぐ取り組む3つの施策

(株)エンタテインメントビジネス総合研究所
中川系太郎

営業利益を減らさないシミュレーションを立てる

2007年は、野放しにされてきたパチスロ営業が元に戻ると考えて良いだろう。「元に戻る」とはパチンコのオマケ的存在だった時代に戻るということ。現時点で07年夏以降のパチスロ機がどうなるかという議論ばかりしていても仕方がない。現実を見据え、大きな失敗のないように試行錯誤しながら準備をすることだ。

07年春以降に大幅なリニューアルをする店でなければ、今4号機にしがみつくのは得策にあらず、年明けから順次5号機に入れ替えていくべき。4号機と混在する場合の5号機は、ライトプレイヤーが座りやすい入口近くに設置し、小ロット多品種で構成するのが望ましい。

今やるべきことの第1として、パチスロの設置台数を大幅に減台することも視野に入れて、07年の夏までにパチスロ全機種が5号機になることを想定した経営シミュレーションを立てること。コイン単価が下がることで、利益率は高めに設定しても利益額が減るのは必至で、それを見越したコスト管理の見直しも必要となる。中古機の活用も含め「粗利を減らしても営業利益を減らさない」シミュレーションが必要だ。

パチンコの客離れが深刻化する

パチスロを減らしてパチンコを増やし売上を維持するというのも難しい。パチスロの5号機問題が大きく取りざたされているが、実はパチンコも深刻な状況なのである。一部のパチスロプレイヤーはパチンコへ鞍替えしているものの、パチンコ遊技参加人口は全体で減っているのだ。

04年の規則改正と同時に実施された日工組内規の変更でパチンコは確実に射幸性が高まった。1/400より辛い機種が自粛されたものの、3個返しからくるベースの低さと確率の低さから、初当たりまでの投資金額が跳ね上がり、ミドル、ライトプレイヤーが付いてこられなくなったというのが最近のパチンコ離れの要因の一つだろう。

また、ここにきて海物語シリーズの集客力が低下している。もちろん、他メーカーの人気機種の影響もあるが、特にスーパー海物語に関しては盤面が大きくなったことでゲージも変わり、海物語が海物語でなくなってしまったのではないかと思う。大海物語からの投資額の大きさも加わり「飽き」に拍車をかけてしまったのではないか。海物語シリーズはこのままでは他の機種と同じような「ただの1機種」という位置づけになると考えられる。実際、多くのパチンコ店で海物語シリーズの減台が急速に進んでいる。

プレイヤーは何を楽しんでいるか?

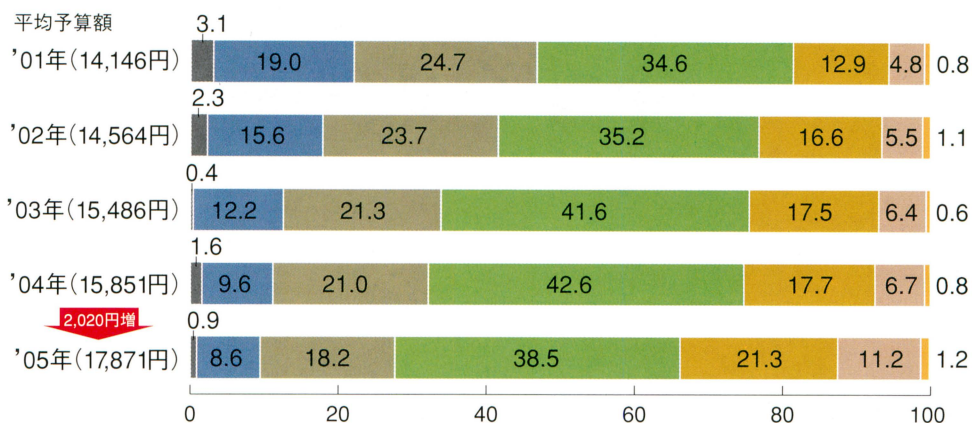
図1は弊社で調査しているプレイヤーの予算額推移である。グラフにはないが、最新の調査でも前年並みの高い予算額となっている。短時間勝負できず、遊びに時間がかかりすぎるということも影響していると考える。それではベースを上げることがプレイヤーのニーズに叶っているのか? 同じ確率の機械で店が同じ粗利を得る調整をすれば、プレイヤーの平均初期投資額は結局同じ金額が必要になり、スタート回数が下がった分、大当たりまでの時間が長くなるだけとなる(図2)。

プレイヤーがゲームと同じようにパチンコ遊技そのものを楽しんでいるのであれば半値貸し営業やベースの高い機種が求められるはず。ゲームセンターで

同じゲームを1ゲーム100円で遊べるのと50円で遊べるのとでは当然50円に人は集まる。しかし、パチンコは勝ち負けを楽しむギャンブル性の強い遊びである。多くのプレイヤーはリーチアクションそのものを楽しんでいるのでなく、高い見返りと投資の狭間でワクワクドキドキ感を楽しんでいる。プレイヤーは時間をかけてゆっくり遊びたいのか？　そうではなく本当は短時間で勝負をつけたいと思っているのではないか。確変や時短機能により、一勝負に長い時間がかかるようになったが、実はそれも客離れの一つの要因になっているのではないかと考える。「やめ時」を与えてくれる安心感のある機種が求められてくるだろう。

交換率の議論もある。低い交換率で

図1　パチンコ参加実態調査2006より、予算額推移グラフ

【パチンコ】1回あたりの予算額の推移

【パチスロ】1回あたりの予算額の推移

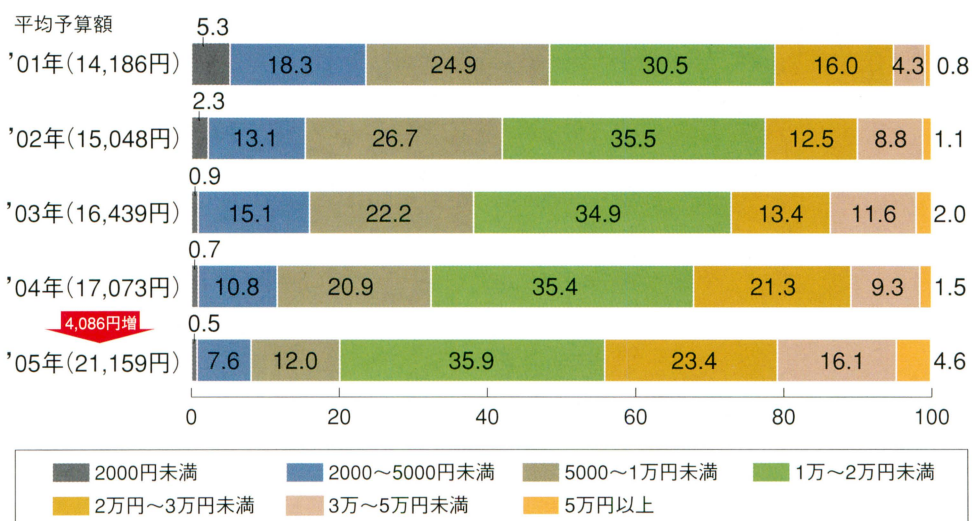



図2　同じスペックの機種を同じ割数で営業した場合のベースとスタートの関係式

では、検証してみよう!(特賞確率1/350、同じ割数で営業した場合)

A Type	B Type
高 G値(ベース)：**26.0** 低 スタート回数：**6.1回**	低 G値(ベース)：**22.37** 多 スタート回数：**6.4回**
350÷6.1＝平均57.38分 **→1回大当たりするまでに約57.38分かかる** 57.38×100個＝5,738個(大当たりするまでの入玉) 5,738×26.0%＝約1,492個(大当たりするまでの出玉) 5,738−1,492＝4,246個(大当たりするまでの特賞間の入玉) 4,246個×4＝**16,984円(約17,000円)**	350÷6.4＝平均54.69分 **→1回大当たりするまでに約54.69分かかる** 54.69×100個＝5,469個(大当たりするまでの入玉) 5,469×22.37%＝約1,223個(大当たりするまでの出玉) 5,469−1,223＝4,246個(大当たりするまでの特賞間の入玉) 4,246個×4＝**16,984円(約17,000円)**

消費金額は変わらない

長く遊ばせるという方法も否定はしないが、特にパチスロはメリハリのある等価交換に落ち着いてくるのではないか。

パチスロ営業を根幹から見直す

やるべきことの第2は、パチスロの営業スタイルを大きく変えること。客層や遊技目的、予算額等が変われば営業方法も変えなければならない。4号機から5号機への変化で一番大きいのは、強かった目的志向が弱くなるということ。ここでいう目的志向とは「○○という機種が打ちたい」や「射幸性の高い機種で遊びたい」という、わざわざその機種を探して遊技したいという志向である。

今までは奥まった場所や階段での上り下りなど面倒な場所でもプレイヤーを引き込めた。しかし、目的志向が弱くなることで、ここ数年に蓄積されたパチスロ営業の考え方を根本的に覆さねばならない。多層階であれば、上層階や地下に設置されていたパチスロを1階入口の近くに移動するということも検討事項になる。これが冒頭に述べた「元に戻る」ということである。

また、パチスロという遊びは「わざわざ遠くへ行く遊び」ではなくなる。そうなると、郊外店の方が厳しい環境に追い込まれる。逆に駅前店や都心店などは、射幸性の高いパチンコやパチスロから離れていた、予算と時間の少ないサラリーマン層が戻ってくる可能性は十分にある。

パチスロの減台だけでなく、総設置台数の見直しも迫られている。同じ客数であれば閑散としているより、ある程度凝縮感のある方がプレイヤーにとっても遊びやすい。新台入替の台数も少なくできる。ただし、安易に島閉鎖などをすると店のロイヤルティも下がるので、減台する場合はやり方に工夫がいる。例えば20台島を18台にして、両サイドの1台分は玉箱入れや行灯看板にするなど、コストはかかるがお客様に与える印象も考慮しなければならない。

もちろん、今後のパチスロとパチンコの射幸性や技術介入度などのバランスを見比べながら判断することで、現時点で言い切れることではない。パチスロの開発も進んでおり、今までに近い目的性を今後の5号機が持ち合わせればこの限りではない。

改めてサービス業としての認識を

最後に、やるべきことの第3として、当たり前だが、サービス産業またはアミューズメント産業としての認識を高め、店づくりや接客サービスなどを強化することを挙げておく。従前よりパチンコ営業は出玉でなく出玉感であると論じてきた。しかしこれからはその出玉感も作りにくくなってくる。安心感を前面に打ち出し、今まで以上の高いレベルのサービスが求められる。それには経営者も一丸となった人材育成が必要であろう。

最近の店の動向を見ると、高いレベルのノウハウを持ち合わせている大手チェーン店でさえも、短期の集客策に注力することで長期での業績を落としているように感じる。今ここでもう一度「パチンコとは何か、パチスロとは何か」を見直す時期にきた。 AJ

Point

1. 営業利益を減らさない経営シミュレーションを立てる
2. パチスロ営業を根幹から見直す
3. サービス業としての人材育成

なかがわ　けいたろう
有力パチンコホール経営企業を経て、コンサルタントに。パチンコ業界に精通し、数多くの企業の経営改善を成功に導く。スタッフの意識改革なども手がけ、全国のパチンコホールでコンサルタントを務める。

機種構成のポイント、売買のポイントを伝授

中古機活用で利益を確保！

（株）船井総合研究所
高山奨史

機械の性能が落ち、機械代がかけられないという5号機時代において、新台入替に頼った今までの集客方法は通用しなくなります。5号機時代において機械回転数をこれまでと同じにするというのは現実的に難しいでしょう。

「入替台数が限られる」「入替台数が減る」ということは、一台一台の機械の選択がより重要になってきます。

機械入替には大きく2つの目的があります。一つはもちろん「利益をあげるため」です。もう一つは「集客をするため」です。集客ももっと細かく分けると、「新規客を集客するため」「競合他社から集客するため」「客層を広げるため」「再来店してもらうため」などが挙げられます。

機械選定の際に気をつけたいのが、その機械を導入する目的をはっきりさせることです。「機械の特性」「競合の導入状況」などを踏まえた上で、利益を確保するために導入するのか、集客することを第一の目的とするのか、目的をはっきり決めてから導入すべきでしょう。

例えば、集客力のある海シリーズや京楽さんの機械を集客目的で導入する一方で、利益をあげるための機械も導入するというバランスが重要です。利益重視であれば中古機が非常に効果的です。商圏によって状況は違いますが、比較的効果が出ているのが『CRF大ヤマト2』、『CRぱちんこウルトラセブン』などのMAXタイプで「爆裂コーナー」を作る、過去のヒット機を揃え「クラシックコーナー」を作るなどがあります。

中古機を活用して、ひとつのコーナーを作って望める効果としては、①入替コーナー圧縮による機械代の削減 ②休日での利益確保 ③マニア層の集客などが挙げられます。またこれらの機械はうまくいけば1日で回収できてしまう程度の機械代しかかかりませんので、非常に収益性の高い買い物といえます。

売却のタイミングを考える

自店の機械を検証してみることもお勧めです。

（1台当たりの総粗利益－機械購入代＋機械売却額）÷設置日数で、機械が1日当たりに生み出す利益が出ます。また、客数調査をして集客状況も把握します。このデータをもとに利益面と集客面から分析をすると、どの機械がどれくらいの利益を生み出しているのか、どの機械で集客できているのか、逆にどれだけ無駄な機械を入れているかも見えてきます。1日当たりの利益と機械の売却額、自店の稼働状況を考慮すれば、今売った方がよいのか、まだ残しておいた方がよいのか売却時期の目安をつけることもできます。

応用編ですが、例えばあるセブン機を入れる際に、機械の性能や競合の状況など様々な要因を加味して、自店の適正台数が10台だったとします。もちろんそのまま10台入れるのが正攻法です。しかし、例えば20台売却することを前提として、30台導入するという方法もあります。あらかじめ販社さんに「いつ、いくらで売る」と話をつけておき、先ほどの公式で機械1台当たりの利益を算出し、稼働の良い初動の段階で最大限利益を確保します。この場合、自店のポテンシャルで確保できそうな利益と売却額のバランスを考え、確実に利益が出るという計算ができたときには検討する余地もあるでしょう。成功すれば、集客と利益確保という2つの目的を、比較的高い確率で達成することができます。

中古機売買の賢いやり方

中古機活用では、ホールでの営業戦略もさることながら、その売り方・買い方も重要な要素です。たとえば、05年の11月では中古機市場で3～4万円だった5号機の『エヴァンゲリオン』は06年9月には20万円以上になり、現在（11月下旬）では12～13万円と、激しく上下しました。しかし、ほとんどの機械は大幅な値上がりは期待できません。約8割の機械が極端な値下がりをしているのが現状です。

ところが、中古機売買に注力され、しっかりした運用を行っているあるホールさん（駅前立地で400台クラスのホールを4店舗運営）では、年間の総機械売却額が1億円近くあります。もちろん機械購入に失敗し、その結果、売却額が上がってしまったというわけではありません。また、ただ単純に総売却額が高いから良いということでもありません。最も利益の出る形で機械を効果的に運用されているという意味です。

利益を生む中古機売買のPoint

1. 売買のタイミング
2. 適切な価格設定
3. 売買の間口を広げて運用
4. 専任の担当者を置く

中古機売買を成功させているポイントとしては、①売買のタイミングが良い②価格設定・見極めが適切である③ひとつの販社さんだけではなく、複数のネットトレード会社と中古機業者を組み合わせて、売買の間口を広げて運用されている、という3点が挙げられます。

多くのホールさんでは日々の営業に追われ、なかなか中古機運用に関して注力できないというのが現状でしょう。

先のホールさんがきっちり運用できているのには、実はもうひとつポイントがあります。それは中古機運用に関して、専任の担当者を1人つけておれるということです。しかも、中古機流通にかなり詳しく優秀な方を。こういうお話をすると、大概のホールさんは「わざわざ専任者を1人つけるなんてもったいない」とか「そんな人材いないよ」とおっしゃいます。ですが、このホールさんは、「その担当者がいるかいないかで、数千万単位で売却額が異なる」と言います。

確かに、他のホールさんと比べると、1台当たり数万円は高い金額で売却されています。また必ず相場価格より安く購入されています。機械代がネックになる5号機時代において、この差は非常に大きなものになります。

アウトソーシングの有効活用

専任の担当者がいなくても、しっかりポイントをおさえて運用されているホールさんの事例をご紹介します。簡単にいえばアウトソーシングです。アウトソーシングといってもお金を払って依頼しているわけではなく、ネットトレード業者や販社をうまく活用しているのです。ネットトレード会社の中には、中古機のアウトソーシングのような形で受けてくれるところもあります（もちろん無料で）。そういった業者を複数活用することによって成功されているのです。

中古機販社さんやネットトレード会社さんは、かなり中古機に関するノウハウをもっているところもありますので、そこはうまく活用したいところです。（もちろんノウハウをもっていないところもありますが…）。

私は仕事柄色々な業者さんとお付き合いさせていただく機会がございますが、どの業者が良いというのはあまりありません。それぞれの企業に特徴がありますので、自店のニーズに合った業者選びをするのがよいでしょう。中古機活用は5号機時代において必須事項といっても過言ではありません。やり方次第では、数千万円単位で利益に差がでます。まずはできるところから確実に実行していくことをお勧めします。

最後になりますが、5号機に関しては供給量不足の懸念から価格変動が激しくなっています。しかし、メーカーの供給能力不足により、07年の7月の時点で機械が足りなくなるということはまずないと予想しています。これから中古市場で5号機の値段が上がると予想して、売却益を目当てに買い集めるのは少し危険だと思います。 AJ

たかやま　しょうじ
1982年7月生まれ。青山学院大学卒。2005年船井総合研究所入社。入社以来、多数の小売・サービス業のプロジェクトを経験し、現在は主にパチンコホール、パチンコ関連業種の支援に携わり全国を駆け回る。セミナー講演実績多数。

アミューズメントジャパンの読者限定！
今なら無料で「失敗しない中古機業者の選び方！」の小冊子をプレゼント致します。

お申し込み・お問い合わせ

Mail：info@funai777.com　TEL：03-6212-2930
（株）船井総合研究所パチンコビジネス支援グループ

件名を「アミューズメントジャパン無料プレゼントの件」として、貴社名、代表者名、ご担当者名、ご住所、お電話番号、FAX番号をご記入の上、メールをお送り下さい。
※小冊子は郵送でお送り致します。

遊技台の特性を知れば、道は自ずと開かれる

ホールコンの使い方で見えてくる 5号機・甘デジ時代の経営手法

グローリーリンクス（株）
月東康慶

「本当の甘デジ」を見極めろ

甘デジというのは、カタログ上のスペックだけ見ると大当り確率1／100程度と、確かに1／400の台に比べれば射幸性の低い台ということになります。でも、実際にプレイしてみると必ずしもそうは言えず、むしろ「辛デジ」と呼んだ方がいい台もあります。たとえばループ率が80％だったり、あるいは羽根モノの『たぬ吉くん』のようにラウンド振り分けがあって、ひとたび15ラウンドが出てしまうと連荘するような台は、低射幸性遊技機のカテゴリーには入らない。お店としてはまず、この点に気をつけなければいけませんね。

ホールコンピュータ（ホールコン）でも、甘デジと辛デジでは注目するデータが異なります。甘デジはその名の通り出玉の波が穏やかですから、基板の確率も早く収束する。そのため、お客さんに安心して遊技していただくためには「スタート回数」を均一にすることを心がけなければなりません。

しかし、辛デジではお店の責任範囲外での「基板の波」によって出玉が大きくばらつきます。そのためそれを防ぐための「出玉均一化を狙ったスタート調整」が必要になります。ただ、その時に気を付けなければならないのは、「甘デジ」、「辛デジ」の判断です。それは、メーカー発表の確率ではなく、お客さんが遊技した感覚としての甘辛の判断をするということです。それによって遊技台の調整方法を変えなければならないし、お客への「甘デジ」「辛デジ」の告知も違ってくるので、それをお店が正確に把握することが大切です。台メーカーもそのあたりの仕様をもっと公開するべきだと思います。さらに、店側はこうした点から、各機種の利益バランスも考慮する必要が出てきます。

甘デジは、短期で利益が取りずらいため、出来る限り長い期間使って機械代をペイするという考え方が基本です。でも、ホールコンのデータから、1／100の台でも〝辛デジ〟という判断ができれば、粗利高めの営業ができるわけです。今、店のコストもどんどんかかり、ある程度利益を上げなければ経営できないという状況の中で、やはり辛デジで稼ぐ利益は大切です。甘デジ、辛デジを見極めれば、店全体の利益目標も正確にたてられるはずです。

遊べるパチンコを周知する

CR機が登場する前の『フィーバークイーン』や『フィーバーパワフル』などの保留玉連チャン機が全盛だった頃の、賞球が7＆15の機械なら1／240くらいの大当り確率でいいんです。でも、1／100の台で3＆15の賞球が主流になっている現状では、さっき言ったように「本当の大当り」が、1／200だったり1／300だったりすると、実は昔の保留連チャン機よりも投資金額がかさんでしまう。だから、機械のスペックをプレイヤーがよく理解していないと、「なんだ甘デジなのにお金がかかりすぎるじゃないか」と二度と近寄らなくなります。そういう意味でも、店側に甘デジ、辛デジの見極めは必要なんです。

あとは、甘デジは新規ユーザーを取り込んでいく必要があるので、折込みチラシや店内広告も今までのような「大爆裂」といった表現手法は変えないといけませんね。「ここが甘デジのコーナーです。ゆっくり遊べますよ」、ということをきちんと告知してあげて、遊び方の説明も、できればもっと大きな字でプリントして（笑）、15Rが来てはじめて連荘するんですよとか、2Rや5Rでは残念ながら小当りですよとかね。どういう台かということを分かりやすく告知した上

で遊んでもらうことが大事ですね。

ホールと客の騙し合い

パチスロの営業に関して言えば、5号機はどうしても波が穏やかですから、設定がお客さんにバレやすい(笑)。ストックやAT機能のある4号機は、オール1でも出る人は出るし、出ない人は出ないから、6のように見せかけて実は1だったという感じで、モードを勘違いしてもらい、ホールは利益が上げることができた。プレイヤーの勘違いで営業が成り立っていましたが、5号機は、低設定ばかり使っているとすぐ、「あの店は出さない」とわかりますから、客足が途絶えてしまいます。

印刷　確定　機種一覧へ

機種名	CR大海物語M2
参照機種	CR大海物語M2
参照期間	2004/03/01 ~ 2004/05/03

参照

台数	40
原価率	0.83333
売単価	4.0
S払出数	3

確変スペック

確変突入	0.50000
リミッター	0

注:リミッター 無=0

確変突入後時短スペック

時短突入	1.00000
回数	100

ノーマル後時短スペック

時短突入	1.00000
回数	100

行削除

No	日数	[illegible]	BY	TS	スタート	BA	TSA	SA	T1O	T1Y	TO	TY	アウト	客滞率	出玉率	割数	台売上	台粗利
実績	10	19.8	1.6	334.4	60.5	95	66.2	141	393	1769	2343	4739	31640	150.0	103.9	1.104	47,522	3,802
1	10	20.1	1.6	334.4	61.5	95	66.2	141	393	1769	2343	4739	31640	150.0	105.1	1.137	47,147	2,475
2	10	20.2	1.6	334.4	62.0	95	66.2	141	393	1769	2343	4739	31640	150.0	105.6	1.151	46,942	1,917
3	10	20.4	1.6	334.4	62.5	95	66.2	141	393	1769	2343	4739	31640	150.0	106.2	1.168	46,679	1,245
4	10	20.5	1.6	334.4	63.0	95	66.2	141	393	1769	2343	4739	31640	150.0	106.8	1.185	46,589	583
5	10	20.7	1.6	334.4	63.5	95	66.2	141	393	1769	2343	4739	31640	150.0	107.4	1.202	46,326	-77
6	10	20.8	1.6	334.4	64.0	95	66.2	141	393	1769	2343	4739	31640	150.0	107.9	1.217	46,125	-653
7	10	21.0	1.6	334.4	64.5	95	66.2	141	393	1769	2343	4739	31640	150.0	108.6	1.237	45,864	-1,414
8																		
9																		
10																		
11																		
12																		
13																		
14																		
15																		
16																		
17																		
18																		
19																		
20																		

一日平均	1,863,560	23,320
合計	18,635,600	233,200

※スタートの項目をクリックで、1000円Sを表示します。
※台売上の項目をクリックで、玉単価を表示します。
※台粗利の項目をクリックで、玉粗利を表示します。
※行を選択する事で、対象行の一日平均・合計の値が表示されます。
※行を選択してdelキーで、その行を削除します。

グローリーのホールコンピュータ「G-tage」の表示画面。こうして得られた情報も、これからは、違った角度から分析・活用していく必要がありそうだ

今の店長さんは、ホールコンのデータの動きは見ても、お客さんの動きが見えていない方が多いんですよ。特にパチスロの場合、ホールは、お客さんとの騙し合い(笑)の中で稼動と利益をきちんと確保していかなければなりません。だから、セミプロ的な常連さんがいたら、その立ち回りを見極めて、出たらモードを落とし、出なければ上げるという対応をバレないようにしなければいけない。設定をする人には、毎日とか3日ごと、1週間ごとと、変更のサイクルに案外、クセというかパターンがありますから、お客さんはそれを読んでくるわけですね。そろそろこの台は出なくなるぞとか、出るぞと予想してくる。だから、店側がサイクルをある程度意識的に崩さないといけない。5号機では、そういった形の管理をすることがますます必要になるかもしれませんね。

実際、私たちも基本的に1から6までのモードをフルに使ってくださいとホールさんにはお勧めしています。もちろん、単純に全部入れるだけでは、割数の調整ができませんから、5号機対応の設定アドバイス機能を搭載したスロットシミュレーションも併用してもらいますが。そういう経営をしないと、利益を上げるのが難しくなっています。もっとも、5号機がファンに浸透するまでは、とりあえず客をつけるなら出しっぱなし、利益を取り出したら客がいなくなるという状況が、当面は続くかもしれませんが。

仕事が楽しいというオーラ

ところで、繁盛するアミューズメント産業で働く人たちには、「オーラ」があります。僕はオカルトが好きではありませんが(笑)、たとえばディズニーランドでは、ショーを演じる人たちだけじゃなくて、掃除のスタッフまで全員が、「この仕事は楽しいよ」というオーラを発しています。掃除しているのに楽しいという状況は、かなりすごいことだと思います。それが、来場する人にも伝わって、ディズニーランドという空間全体が楽しいという雰囲気を創り出し、来場者を増やす要因になっているからです。

ホールも同じで、灰皿清掃をするパートのおばちゃんまで、スタッフがみんなキビキビとして楽しそうに仕事をしていたらどうですか。自然にお客さんがやって来ますよね。ホール・スタッフは、それ自体はつまらない仕事の部類に入ると思います。だからホール廻りだけをやらせるのではなくて、それ以外に何か楽しみを与えてあげる。そんな風にお店側が努力すれば、スタッフから楽しいオーラが出てきて、それがお客さんにもなんとなく伝わり、店が活気付いていくはずです。

よく昔ながらのお店にありがちなパターンで、店長は神様、下の者は絶対服従といった感じの店は、やはりだんだん廃れていくのでないでしょうか。もちろん、組織としての上下関係は必要だとしても、スタッフの提案を店長が聞き容れて、「じゃぁ、それやってみようぜ。お前責任者になってくれ」という具合に、やりがいをもって仕事ができる環境づくりをしてあげるのも上司としての務めかなと思いますね。

4号機やフルスペック機が中心の今までは、ホールが繁盛する要素の7~8割は、設定や釘、いわゆる出玉でした。でも、低射幸性遊技機がメインになるこれからは、今言ったオーラであったり、店のブランディングであったり、それ以外の要素が大切になってくるのではと、私は考えています。(談)

AJ

がっとう　やすよし
グローリーリンクス(株)
商品戦略室室長
5号機・甘デジ時代の「G-tage」に搭載する付加機能の企画・開発の中心的役割を務めている。

自社商品の強化を行えば5号機時代はチャンスになる

ユーザーの「勝ち体験率」を上げるのが5号機ファン育成のポイント

ヒューテック（株）
福田耕太郎

3つの未来のシナリオを描く

現在の最重要課題は、5号機時代のホールをどのように切り盛りしていくか、その方向性を見つけ対策を打つことでしょう。そのためには不確定な未来を捉える必要があります。そもそも未来を予測する目的は、会社を存続発展させるための次の一手を打つことにあります。そこでお奨めしたいのが、シナリオによる未来図の確定と、それを前提とした打ち手を考えることです。

まず、今持っている情報を基に○年後を想定し、どのような状況になっているかを描き、すでにその状況があると想定します。そのシナリオは、ひとつは現状の傾向が続くとするもの（現状推移型シナリオ）、ふたつ目は予測される中で最悪の事態が発生しているとしたもの（悲観型シナリオ）、3つ目は予測される中で最大限良くなっていくと考えられるもの（楽観型シナリオ）です。

その3つそれぞれに対して、新しい事実や情報が付加されるたびに検証を行います。この作業を幹部社員と共同で行えば、問題意識の共有化が出来ますし、将来の経営者を育てることにもなります。

この3種類のいずれのシナリオの中にあっても自社を発展させることができる最善の打ち手を考える。それこそが将来を見据えた打ち手といえます。そうすることによって環境の変化があったとしても『想定内』ということで慌てることはありません。後はその施策を現実のものとするために地道な努力を行うしかありません。

商品の定義が会社を強くする

会社は基本的に、誰に何を提供するかで成り立っています。つまり、商品力（サービス力）と集客力です。このとき自社の商品の定義を誤ると課題の抽出を誤ります。

よくある間違いが、「パチンコホールの商品はなんですか」という問いに対して、「遊技機」と答えられるケースです。自社の商品は基本的に自社で強化改善が出来ないといけません。遊技機を勝手に変えることはできませんので、明らかに自社の商品ではありません。これはメーカーの商品です。

ホールによって定義は違うでしょうが、例えば『自社の商品はお客様にあった機種揃えをするノウハウ』『お客様が楽しく遊技できる釘整備の技術』『快適な空間』『お客様の満足度を高める接客技術』『お客様がワクワクするイベントノウハウ』などがあるでしょう。

自社の商品の定義が明確になることによって、商品力の強化が図られます。この定義が出来ているホールとそうでないホールの優劣はしばらくするとよく分かります。Aホールの商品定義が、『釘整備』とします。Bホールは『お客様が楽しく遊技できる釘整備の技術』とします。Aホールは極端に言えば釘を叩いて終わり。Bホールは釘の整備だけではだめで、お客様に喜んでいただかないと仕事の完結になりません。Bホールはこの定義を念頭に置くことによって、改善の方向性が明確になり、強化されます。パチスロ5号機の商品の魅力ではお客様を集客できないのであれば、この時こそ各ホールの商品（サービス）の質が問われます。あなたのホールは、果たしてお金を払う価値のある何かがあるでしょうか？

現在の顧客データから見る5号機の現状

5号機の稼働はどうなるのか？この問題は6月以降に本格化します。そのときお客様の動きを素早く捉えることが大切です。台の動きを見てからでは2歩3歩と遅れます。4号機についていたお客様の何パーセントが5号機を支持するのか。それはライトユーザーなのかヘビーユーザーなのか。1人が使う金額は、遊技時間は、来店回数は……。台帳で読めないお客様の動きが大切です。お客様を知ることが先手を打つ秘訣となります。弊社クライア

図1 種別アウト推移表

情報提供：CISデータより

ンツの方が顧客動向を知るために、情報の共有化を進めているCISのデータから、5号機についての現状と今後の課題を挙げてみました。

まずパチスロファンの増減の問題、次にパチスロファンが定着してくれても収益がどのように変化するかという問題です。

すでに多くのホールでパチスロの稼動が落ち込んできています。実際弊社システムを利用されている店舗のデータを見る（図1）と、4月を100％とすると78％にまで落ち込んでいます。

問題なのは他種の遊技機にお客様が付いていないことだといえます。このことからパチスロファンの減少は、パチンコをやめているまたは回数を減らしている可能性があることも示唆しています。5号機問題の前にすでに現在のホール営業が支持を失いつつあるのかもしれません。

直近（11月末）のデータでお客様1人の最大の勝金額を4号機と5号機で比較して見る（図2）と、射幸性が見えてきます。4号機では1日で勝つ金額が20万円を越えるものもあり、10万円以上となると15機種あります。しかしながら、5号機では10万円を越えて勝てたのは1機種のみ。大きく勝ちを望むパチスロファンには受け入れられないと感じるのも無理はありません。

また最大の負け金額を4号機と5号機で比較して見る（図3）と、そのリスクの程度が分かると同時にその機種に対する期待度もわかります。4号機は総じて最大負け金額が高く、10万円以上になる機種もあります。5号機は機種特性もありますが、最大でも10万円まで行かず、ほとんどが3万円未満の負けになっています。

平均の勝敗金額から見る（表1）と、4号機のお客様の勝金額は5万7632円に対し、5号機は1万3700円で、約4分の1です。平均の負金額に対する平均の勝金額を比較すると、4号機は1・44、5号機は1・79と5号機の方が、負けても回収しやすい台とい

表1 種別平均勝敗金額

	勝金額	負金額	勝負金額比
CRセブン機	58,373	36,543	1.60
デジハネ	15,593	9,807	1.59
ハネモノ	14,287	5,044	2.83
パチンコその他	31,775	18,239	1.74
パチスロ	57,632	40,143	1.44
5号機	13,700	7,654	1.79

情報提供：CISデータより

図2　直近1週間の遊技者1日の最大勝ち金額

情報提供：CISデータより

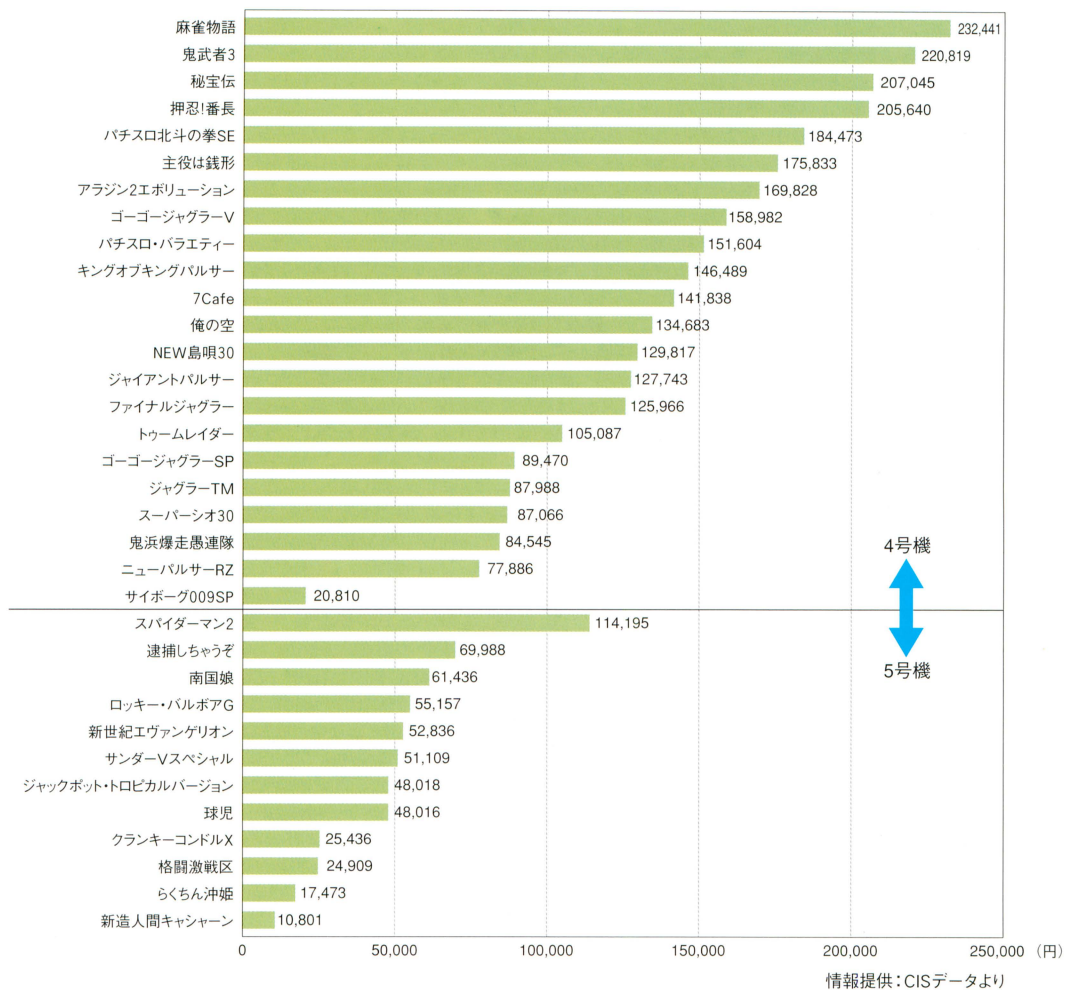



図3　直近1週間の遊技者1日の最大負け金額

情報提供：CISデータより

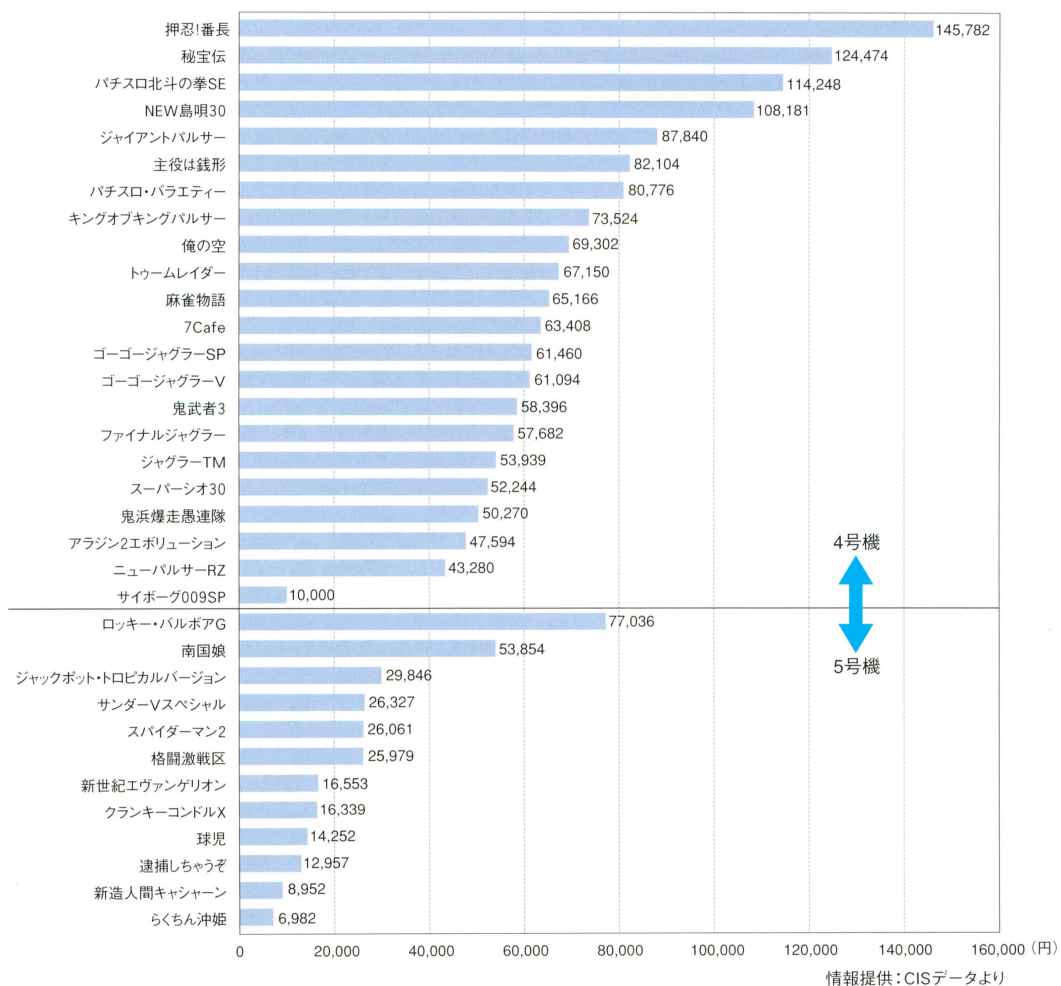
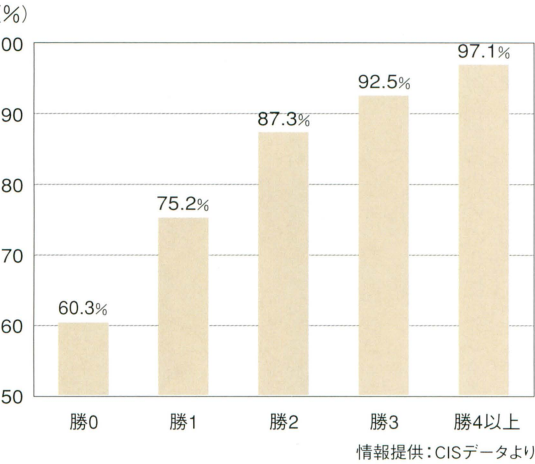



表2　種別勝ち率推移表

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	平均
CRセブン機	38.7	37.2	38.6	38.1	38.2	38.5	38.5	37.6	38.2
デジハネ	30.4	30.3	30.4	31.9	29.5	29.1	30.4	29.9	30.2
ハネモノ	34.8	40.1	39.3	40.8	37.5	38.4	35.7	30.8	37.2
パチンコその他	37	35.3	35.6	38.1	34.9	35.5	37.4	37.8	36.5
パチスロ	35	34.9	36.4	36.5	35.6	35.5	35.5	35.3	35.6
5号機	30.7	28.3	26.3	29.5	26.5	30.4	30.6	31.5	29.2

情報提供：CISデータより

図4　勝ち回数別再来店頻度

情報提供：CISデータより

えます。これは他の機種と比較しても一番回収しやすい遊技機といえます。逆に4号機は大きく勝つが大きく負け、回収もし難い機種となります。データ上では5号機の方がローリスクで勝ちを拾うと回収しやすい遊技機といえますが、それでパチスロファンが納得するか、という点になると、時間生産性の問題が出てきます。

勝ち率を上げるための設定配分がポイント

時間生産性とは時間当たりいくら儲けることが出来るのか、という観点です。パチスロファンの中には効率よく儲けることを考え、同じ勝つなら短時間で勝ちたいという思いを持っています。ホールは勝たせれば来店すると思いがちですが、この種のパチスロファンは、毎月勝っていたとしても、時間生産性が落ちたとなると他のホールに移動します。それではそういう人が5号機に移行するかというと、時間生産性の観点からは難しいということになります。もっとも、そういうパチスロファンはハイエナ的な人が多く、店の利益に対する貢献度は低いので、思い切って切り捨てるという考えもあります。

お客様を満足させる大きな要素に勝ち体験があります。5号機で問題なのは勝ち率の低さです。表2にあるように現在平均の勝率が29・2%と低い水準になっています。他の機種と比べても最低です。4号機は35・6%なので、6・4ポイントも低いのです。中規模ホールでも延べ1万人以上は来店しますので、6・4ポイント少ないということは、640回以上も勝体験が少なくなるということです。

勝体験はホールに来られるお客様がもっとも強く要望されているものであり、図4のように2回以上の勝体験者の再来店比率は87・3%とかなり高く、勝ち体験が3回以上のファンの再来店比率は90%を下ることはありません。勝ちが少ないということは、1回あたりの投資金額が少ないとしても、ライトユーザーの満足やスリープユーザーの復活には、問題を残す恐れがあります。5号機時代は、勝ち率を上げるための設定配分の工夫が重要なポイントになってきます。

最後になりますが、パチスロがすべて5号機になるとどうなるのでしょうか？　4号機がホンモノのラーメンとすれば、たとえは悪いですが5号機はインスタントラーメンと言えます。2つのどちらも注文できる、食べられるということであれば、大半の人がホンモノのラーメンを注文するでしょう。しかし、ホンモノのラーメンが無くなったとすれば、ラーメン好きな人はインスタントラーメンを食べるのではないでしょうか？　そのうちメーカーも限りなくホンモノに近いラーメンの開発に成功し、消費者を満足させることになる。一時期はパチスロファンが減ったとしてもホールの営業努力とメーカーの遊技機の改善で回復していくと私は考えています。ただし、最悪のシナリオに対する備えを怠らないことが経営です。AJ

ふくだ　こうたろう
ヒューテック（株）CRM顧客支援室長
1958年生まれ。関西学院大学法学部卒業。コンピュータ販社、大手コンサルティング会社、光明総合研究所を経て現職。

経営システム工学から見る5号機ショック

逆境こそ最大のチャンス

早稲田大学理工学部
経営システム工学科教授
大野高裕

遊技機規則の改正によって5号機が登場し、これに対応しなければならない時代として考えると、どのホール経営者の方々にとっても、「とても大変な時代が来た」「いったいどうしたらいいのだろう」という思いに駆られていると思います。しかし、まずやるべきことは表面的な状況に惑わされず、現象の背後にある本質を冷静にそして的確に把握して、長期的な視点に基づいて戦略的に経営を進めていくことが大切であると考えます。

規制との関係性
——長期的なシナリオを描く

経営者の方々の声として、「わが業界は監督官庁の規制が厳しくて、とても自分たちの自由な経営ができない。手足を縛られていったい経営者として何ができるというのだ」という嘆きをよく聞きます。確かにその通りでしょう。しかし、物事には必ず表と裏があり、短所は長所につながっているのです。すなわち、「規制が強い」ということは、それだけ業界外との競争にさらされないという意味で「守られている」ということなのです。規制によって経営上の思うような手が打てない部分があるでしょうが、他のギャンブルが直接的にわが業界に進出してくるということを防いできたという側面も忘れてはいけないでしょう。

規制はないに越したことはありません。しかし、規制がなく自由であるということは、自己責任がそれだけ強くなる、自らが考えて判断し、行動してその経営結果には自分以外に責任を取るものはいないということになります。

それはこの業界に限らず、古くは戦後復興期の製造業、そしてバブル以降の銀行業、これからの医療業あるいは私の所属する教育業も同じです。たとえば、日本の屋台骨である製造業にもかつて規制があり、その裏側に海外との競争から様々な貿易規制、金融規制などによって守られるという側面がありました。しかし、徐々に規制が撤廃される中で、製造業は技術力や販売力に全世界の中で磨きをかけて、今日の地位を築いてきたことは、ご承知の通りです。銀行も長い間、政府による護送船団方式の教科書的存在として君臨してきましたが、現在ではかつての大蔵省の完全な支配下にない代わりに、世界的な競争の中にさらされて、メガバンクとして世界での地位を築く銀行もあれば、信用金庫等も含めて地方での確固たる存在になる銀行もあり、そして退場を余儀なくされた銀行もありました。しかし、特に銀行の場合は、「お金」という、世界中どこに行っても「円」は「円」でしかないという商品を扱っている以上、海外との競争にさらされれば当然の結末と言わざるを得ないのです。これからの医療業や教育業も同じことが起こるでしょう。病院や学校の株式会社化はもう目前です。医療業も教育業も監督官庁に規制を受けつつ、競争にさらされることから守られてきました。その結果、大きなコスト負担、非効率、非効果的な成果を産み出してしまいました。現在、その後始末を迫られています。

そうしたことを考えると、パチンコ業界における規制というのは、その一面において、国内において公営ギャンブル以外には勝手にギャンブル業を行う自由はありませんし、また海外からカジノ等の進出がこれまで許されてこなかったということも、業界を一種の「護送船団方式」で守ってきたものだと解釈することもできるのです。

私の考えでは、規制も自由も一種の経営環境に過ぎません。楽しく快適な

経営環境などあるはずがないのです。業界が守ってもらえるならば、その守ってくれている者の言うことを聞かなければならないですし、自由が欲しければ自らが他者との競争に打ち勝つべく努力しなければならない。もしもこの業界が他の業界に比べて非常にうまみがあるならば当然、他の業界からの進出が不可避です。

規制緩和は時代の趨勢です。それがいつ行われるかなどを心配するのは近視眼的なことで、大切なのは今から対応すべく長期的なシナリオを描いておくことです。それを効果的に考えるためには、先人たちの教訓あるいは同輩の状況を参考にしてみることです。すなわち、規制とその自由化の過程の中で、先人たちである業界（たとえば製造業や銀行業）はどのような状況下から、どのように対応してきたのか。そのときの成功者と失敗者を分ける要因は何だったのかを、歴史から学ぶ必要があります。と同時にいまだ同じような規制の下にある業界（たとえば医療業や教育業）がどういう状況にあるのかを分析してみます。自分の業界や経営についてはどうしても冷静、客観的に眺めることはなかなか困難で、本来見えるべきものが見えないことが多いからです。自分は所属していないけれども似たような業界であれば、これは他人事なので冷徹に状況を見抜くことができるので、これを自分自身の「鏡」として利用しようということなのです。つまり、すでに問題に直面して解決してきた先人たちの知恵を、私たちの「道標」にしつつ、同じ問題を現在抱えている異業種の同輩を自分の姿の鏡として、私たちの「位置」を明らかにしようというのです。こうすれば、長期的なシナリオを描くに当たり、闇夜に「手探り」ではなく、「明かり」を手にしつつ作業を行えることになるでしょう。

顧客との関係性
——3タイプの潜在顧客をつかめ

もう一つの経営環境として考えておかなければならないのは、顧客との関係性の状況です。10年前から比較すれば約4割も減少してしまったパチンコ人口はどう考えても健全な姿ではありません。そもそも「大衆の娯楽」であったはずのパチンコが、顧客を減らしてどう生き残っていくことができるというのでしょう。売上げは単価と販売数量の掛け算ですから、経済学の需要原則に従えば単価が上がれば販売数量、すなわち延べ顧客数は減少せざるを得ません。これまで客単価が大幅に上がってパチンコファンが減少してしまったわけですが、一般サービスや消費財では客単価があがるということは、それだけ高級志向、ブランド志向になります。しかし、果たしてパチンコにそうした結果をもたらしたのでしょうか？　わたしにはとてもそうとは思えません。

高い射幸性のパチンコは大衆を遠ざけ、かなりニッチなファンに対応するアミューズメントになってしまったと思います。つまり、この最近10年間こそが特殊な状況であったと考えるべきでしょう。ホール業界の経営戦略上のドメイン、存在意義がいつの間にか意図しないままに逸脱してしまったのだと思います。今こそ、ここで経営者はパチンコというアミューズメントの社会的位置づけを、主体性を持って検討しなければならない時期にあると考えます。

ところで事業の寿命は30年といわれています。一つのサービスや商品が社会に存在しうるのはその程度の寿命ということです。その中でパチンコが戦後から今日まで、アミューズメントの中身としては本質的にはまったく変化せずに、ここまで生き延びてきたことは私には奇跡のように思えます。消費者のレジャー嗜好の時代変化や多様性の深まりに対して、パチンコは十分にキャッチアップした成果を出してこれたのか、ということについては、売上高はほとんど減少していないといっても、それは判断材料にはなりません。やはり、パチンコ人口の減少がその結論を物語っていると思います。

そうした点から、外圧的に迫られた5号機の導入というのは、消費者のアミューズメントのニーズに対応できる最大最後のチャンスと見ることができるでしょう。では顧客との関係性をどのようにしていくべきなのかを、少し考えてみたいと思います。

顧客には、よく言われるように「顕在顧客」と「潜在顧客」とがあります。言うまでもなく顕在顧客は、現在ホールに通ってくれているお客様です。目の前にしている顧客ですから、そのニーズやクレームにはホール経営者も敏感で、日々その対応に追われていることでしょう。顧客のほうもパチンコに魅力を感じ、実際にホールを訪れるにあたって考えられるさまざまな障害が顧客にとってはクリアされているからこそ、顕在顧客として存在してくれています。すなわち、たとえお財布に用意すべきお金が10万円だろうと、ホール内がタバコ臭かろうが、それ以上の魅力をパチンコに感じるからこそ顧客たりえています。

一方、潜在顧客は何かが足りないからホールには今のところは来てくれません。これまで潜在顧客はまとめてしまっていましたが、本当に潜在顧客を獲得しようと考えるならば、もっと詳細に分類して、それぞれに対するアプローチ方法を考えなければならないでしょう。ここでは、造語ですが、「背在顧客」「異在顧客」「創在顧客」という3

表1　顕在顧客と潜在顧客の特性

特性		顧客イメージ	顧客の魅力理解	参加条件・制約	類似サービスの存在	ビジネスモデル	パチンコの遊び方イメージ例
顕在顧客		現在パチンコのファン	あり	クリア	クリア	現状維持	儲かることに主眼を置くパチンコ
潜在顧客	背在顧客	パチンコの面白さは理解しているが障害があって参加したくない	あり	バリア	バリア	参加条件・制約のクリア	損してもいい遊びとしてのパチンコ
	異在顧客	パチンコの持つ魅力を知らず他のアミューズメントで充足	なり	未知	未知	魅力のアピール、参加条件・制約のクリア	テーマパークなどで遊ぶ代わりのパチンコ
	創在顧客	パチンコが他のアミューズメントなどとハイブリッドになったものを楽しむ	なり	未知	未知	他サービスとの融合	遊ぶほどに知的レベルが高まっていくパチンコ

つに分類して考えてみることにします（表1参照）。

「背在顧客」とは以前にはパチンコファンだったような存在、つまり顕在顧客の背後に隠れている層で、パチンコのアミューズメントとしてのドキドキ感やワクワク感などは知っているものの、何らかの参加障壁を持っているために、実際にはホールを訪れない人たちのことです。遊ぼうにも金額が高すぎて行けない、ちょっと手軽な暇つぶしには使えないなどといったことからパチンコをあきらめてしまう顧客層です。こうした人たちの場合は、パチンコの魅力は一応理解してもらっているのですから、あとはホール経営側が、彼らが来たくともくることのできない障害を取り除くビジネスモデルを策定すればいいことになります。現在進行中の5号機の問題は逆風のようで、実はこの「背在顧客」をもう一度ホールに呼び戻すことのできる絶好の材料だということが言えると思うのです。

つぎに「異在顧客」とはパチンコの面白さや魅力を直接体験したり理解したりはしていないものの、パチンコの持つそうした機能に対しては、別のアミューズメントによって充足されているという層です。つまり、存在してはいるが、どこか別の異なるアミューズメントの領域にいる顧客層という性質のものとなります。かれらのニーズにはパチンコの有する特徴と共通点があるのですから、彼らをパチンコに目を向けさせることは不可能ではありません。そして、実際に参加するための条件整備を行なえば、顕在顧客になる可能性を十分に秘めている存在といえるでしょう。

そして「創在顧客」ですが、この層はまだ世の中には存在していません。ニーズもシーズもまだはっきりしません。ですがパチンコを進化させるべく、パチンコと他のアミューズメントや広い意味でのサービスを融合させることによって、顧客に「これは楽しい、便利だ、役に立つ」といった新たなニーズを創り上げ、顧客を創造しようというものです。たとえば、パチンコのドキドキ感に、知的好奇心をくすぐるような「何か」を合体させて新たなアミューズメントを創造する。そうした新しいビジネスモデルの開発も今のうちにアイディア出しをしておくこともアグレッシブな経営姿勢として必要なことだと思います。

もちろん、こうした3種類の潜在顧客へのアプローチとしては、「背在顧客」「異在顧客」「創在顧客」の順にその難しさが増していくでしょうから、順序を間違えることはいけませんが、常にこうした分類を頭に置きながら、経営戦略ビジョンを創っていくことが大切ではないでしょうか。

社会との関係性
——たとえば、託児所設置という積極策

パチンコ業界は常に社会的存在としての位置づけがどうしても問われてしまいます。それはアミューズメントとしての内容の宿命でしょう。しかし、これを経営上のマイナス要因だとネガティブに考えるのではなく、今こそ積極的に経営に役立てる、特に顧客との関係性を深めるためのツールとして考えるような発想の転換を図るべきかと思います。

たとえば、子供たちを車に放置して生じた痛ましい事故についても、ホール側で駐車場を見回るなどの対策が採られていることは、社会的にも認知されています。しかし、これは社会の人々から見れば、対症療法に過ぎず、イヤイヤやっている感が目立ちます。そうではなく、ホール内に託児所を設けて、積極的に子供たちを引き受けるということで、子供連れ顧客との関係をより深める、つまりリピータを確保するという経営政策にこの問題を転用するということもできるはずです。もちろん、「すでにやっているよ」という経営者の方々、あるいは「貴重なホール面積の一部を、利益を生まない託児所などには使えない」と主張される方々もおられるかと思います。しかし、たとえば、子供を預かり、料金をいただいてもい

ソウルに誕生した国営カジノ、「SEVEN LUCK CASINO」

いでしょう。それも勝った人からは通常料金をいただいても、負けてしまった人からは割引料金で預かる。一歩進めて、単に子供を預かるだけでなく、それを幼児教室にしてしまう発想があってもいいでしょう。実現にあたっては企業提携という方法も活用できるでしょう。

あるいは社会貢献について考えてみれば、景品交換時は半端な玉が若干出ますが、これをあまり欲しくない景品に無理やりかえるのではなく、たとえば、ギャンブル依存症対策や環境保護の基金への寄付をお願いして、顧客とホールで社会貢献するなどということも一つのアイディアでしょう。このように顧客とより密接な関係を持ちながら収益面の検討も加えつつ、社会への貢献性を高めるのもチャンスの一つと考えられます。

他ギャンブルとの関係性
――業界が社会的に認知されるチャンス

カジノが日本でも合法化されるのではないかということは、ホール経営者の方々にとって、注目の話題の一つでしょう。2007年度内に議論の決着がつくことはなさそうですが、いずれカジノ法制が具体化する中で、風適法を中心とするパチンコを取り巻く法律体系の議論も避けて通れなくなることでしょう。しかし、これはホール業界が社会的に正式に認知されるためには最大のチャンスだと思います。

「カジノが日本に進出すればホール業界は大きなダメージを負うことになるのか」という問いに対しては、一般論としてはノーだと思います。それは客層と頻度が違うからです。ただし、ホール業界が自分たちの戦略ドメインを明確にして、それに沿った経営戦略の遂行をしなければ、無用な混乱を起こして自滅することになるでしょう。パチンコの顧客に対するポジションをきちんと分析して、そのターゲット顧客に対するアプローチ方法を的確に採ることによって、かえって発展するものと思います。

まとめ
――積極思考で道は拓ける

ホール業界を取り巻く環境は確かに厳しいと、私もそう思います。ですがどの時代でも転換の時代こそ、意欲にあふれる経営者にとっては千載一遇のチャンスの時でもあるのです。厳しいということは取引先も従業員も知っています。だからこそ思い切った経営変革を行なおうとしても、抵抗感は小さく納得してくれることになります。どこでも順調なときに根本的な変革などできた試しはありません。

事実は一つ、誰にも共通ではあっても、これをどう活かすかは千差万別です。「逆境こそ最大のチャンス」であると積極思考で進んでいけば、必ず道は拓けていくと私は信じております。 AJ

おおの　たかひろ
1956年生まれ。工学博士。早稲田学院高校・早稲田大学・大学院卒。早大の助手、専任講師、助教授を経て教授という生粋の早稲田マン。専門は経営システム工学。大野研究室は、3年前から都遊協と産学協同で「パチンコ業法等の調査研究」を行っている。趣味はゴルフ。

今やらなければならないこと

市場環境激変で必要なコスト削減の経営戦略

あすか総研（株）
荻野岳雄

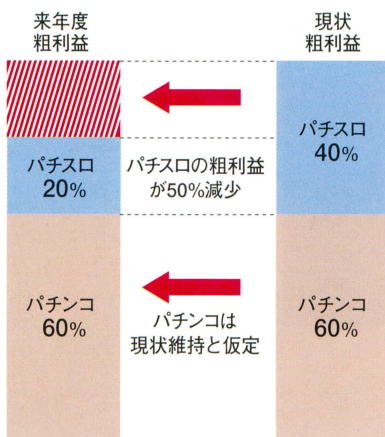
ホール経営の今後とやるべきこと

2007年のパチスロ5号機への移行で、当然、これまでの市場環境が大きく変化する。まず現状での業界判断を以下のとおりと認識する必要がある。

①粗利益の総額は7月以降20％減少する。（パチスロの粗利益が50％減少、パチスロの粗利益が全体の40％とする）

現状粗利益
パチスロ 40%
パチンコ 60%

来年度粗利益
パチスロ 20%
パチンコ 60%

パチスロの粗利益が50%減少
パチンコは現状維持と仮定

②この状況は2年以上続く。

このような状況のなかで、まず財務的対策を以下に集約しキャッシュフローの改善、借入金の軽減を図る必要がある。

(i)損益分岐点の引き下げ
(ii)節税の実現
(iii)早期撤退・業種転換

とにかく借入金を減らし、資金的余裕を持つことが必要なのである。

損益分岐点の引き下げ

ここに、あるホールの月次の損益計算書がある。販売費および管理費の合計額は月額2800万円である。勘定科目は30種類あるが70％の経費は以下の4つの経費による（月額経費）。

機械台費用	800万円
人件費	450万円
家賃	400万円
減価償却費	300万円
小計※	1950万円
その他	850万円
合計	2800万円

※合計の2800万円に対し70％

したがって、ABC分析の手法のとおりこの4つに集中してコスト削減を行うことが重要である。ただし減価償却費は過去の投資の結果であるので、これを除く。この代わりには販売促進費が考えられる。いずれにせよ、あまり細かい費用をケチってみても金額的にはあまり意味がない。この重点項目に絞って考える必要がある。ここでは以下の経費について提言を行う。

(1)家賃削減

まず家賃の削減を行う。理由は以下のとおりである。

①集客等営業に影響しないこと。
②業界激変のときであり、まさにチャンスであること（交渉しやすい）。
③多くのホールで、手付かずであること。
④4大経費のひとつであること。

私の知る限り、大家さんとの関係や契約書の存在等を考えて、家賃削減を考えないまたは考えても踏み切れない企業はかなり多い。適正家賃の算出、法的考慮、交渉テクニック等、自社ではやりきれない場合が多い。今はこれを専門にサービスしている会社もあるので、このような専門家に任せてしまうのもひとつである。

経済状況の変化を理由に家賃の交渉を行うことは基本的には可能であり、今回の5号機問題による事業環境の劇変はそのチャンスでもある。このチャンスに交渉を行うなら、家賃月額400万円、年額4800万円（当初の例）の10～30％が削減の目安と考える。

(2) 機械台費用

最大の費用は機械台費用である。どうやら傾向としては機械台の単価も下落の傾向にあるようにも見える。また、レンタル等の契約形態等により負担が軽減される可能性もある。機械台の購入の頻度はその店舗・企業の営業の状況による。ここでは少し視点を変えて、取り外し段階でのコストの削減を考えてみる。

基本的に取り外した台は同時に売却するという方針が良い。倉庫まで手配し取り外した台を保管し始めると、結果として思わぬコストが増加してしまう。以下にそのコストを列記する。

［例］機械台500台倉庫保管、帳簿残高1台15万円、固定資産税率1.4%、法人税率42%、機会損失の計算（当初5万円で売れたものが2万円へ低下した計算）、金利3%

1 倉庫料
30万円×12月＝360万円

2 管理費・人件費等
30万円×12月＝360万円

3 固定資産税
500台×15万円×1.4%＝105万円

4 機会損失
（5万円－2万円）×500台＝1500万円

5 法人税
500台×15万円×42%＝3150万円

6 金利
（1から4の合計）×3%＝164万円

合計　5639万円

※機会損失分の法人税・金利は考慮していない。

右記のうち法人税は1年だけの節税であるが、なんと6000万円近いコスト（機会コストも含む）が節約できるのである。このように倉庫を借りず、即売却する仕組みを考え機械台を高い価格のうちに売却することが得策といえる。

消耗品の損金算入可能限度も30万円となった今日、除却損を確実に立てる必要がある。このような業務を手伝う企業も現れているので活用すると良い。

(3) 本社費の削減

ここで少し見方が変わるが、本社費について触れたい。

本社費が膨張している企業がある。管理の仕事等は徐々に仕事が膨らんでいく。官僚・お役所がまさにそれだ。そうならないためには金額の枠を決め、その枠内で仕事をこなすことを考えるようにする。常に仕事を見直し仕事の効率化をはかる必要がある。

コンピューター化も重要な方法である。少々コマーシャルとなるが当社が開発した「P-MAC」は本社と店舗をネットで繋ぎ、最少人員で本社機能を遂行できるように開発した本社システムである。

節税の実現

来期の決算は厳しいものとなる可能性があるため、今期の決算で可能な限りで節税を行う必要がある。節税を行いキャッシュフローを改善して来期に備えなければならない。昨今税制改正でもテーマに上がっているとおり、わが国の減価償却の前提となる耐用年数は異常に長く、経済実態と合っていない。このため利益が出ているうちは多く税金が計算され、損金算入が先延ばしされ除却の時にすべてのしわ寄せが来る。これが会社の倒産と重なると結局は算入されないままで終わることになる。したがって、以下のことを積極的に行う必要がある。

①機械台も含めた未使用資産の除却
②早期撤退による損失の実現（特に大きな損失の実現は今期中が良い。来期では遅い）③含み損失の実現 ④会社の分割 ⑤決算期の変更

当期はとにかく節税できることは行いキャッシュフローを改善しなければいけない。払った税金は原則的には戻ってこないのである。

早期撤退・事業転換

冒頭記載したとおり、パチスロの粗利益額が半分となり、仮にパチスロの粗利益額が全体の40%を占めていたとすれば、店舗全体で20%の粗利益額のダウンである。パチスロ専門店の生存は極めて厳しい。であれば思い切って撤退の決断をし、6月に撤退することである。

場合によっては決算期を変更してでも利益と相殺できるようにするべきだろう。また店舗が賃貸の場合6カ月前通知が多いのでカラ家賃を払うことがないように大家さんへ通知すべきである。

店舗の原則は3年以内に資本回収し、いつでも撤退できるように準備すること。これが店舗ビジネスと考える。店舗は出店のときをピークとし徐々にその力を失う。時には競合の出店、環境の変化によって一瞬にしてその力を失ってしまう。店舗に執着しては経営を誤ってしまう。

一方「ビジネスは創造力である」といわれるように、変化を生み出す創造力をもっていなければ、いずれ企業は衰退する。当然だが、新規の事業創造にチャレンジする必要も考えなければいけないのである。

AJ

おぎの　たけお
あすか総研（株）代表
大蔵省入省、税理士資格取得、環デザイン常務、サミーデザイン・秀工電子社長を歴任

社会的不安定要因も業界を直撃

大氷河期を生き残るための低コスト経営

ホール経営コンサルタント
中澤徳吉

射幸性の高い＝商品力の高い機械のおかげで、「稼動」「売上」「粗利」はこの10年間で飛躍的に伸びた。一方、店舗取得費・設備投資・家賃・人件費・遊技機の毎週入れ替えなどあらゆる分野でコストが上昇してきた。さらに、税制改正、消費税率のアップ、社会保険料アップ、2008年問題に起因する銀行金利の上昇など、社会全体の不安定要因が遊技業界全体を圧迫してくることは必定だ。

2007年～2008年に起こる波乱要素を総チェックし、貴社の具体的な経営指数を当てはめて予測してみよう！ その数値に愕然とするはずだ。

この2年間に推測できる波乱要因は、おおよそ次の三項目に分類できる。

(1) 財務動向

2005年度末時点での「国の借金」は約827兆円。地方の長期債務も約204兆円あるため、国と地方の借金の約1000兆円、さらに毎年40兆円以上増え続けている。この借金がこれ以上増えないようにするための国策も遊技業界を直撃するのだ。

① 消費税大増税

2008年以降に引き上げることは固い。税率が10%になるとすると、年間消費税納税額は2倍に。400台クラスの単独ホールなら、消費税は最低年間2000万円は納めているはず。毎月の消費税のための積立金が165万円（≒2000万円÷12カ月）から330万円へと大幅にアップする。

② 金利上昇

ゼロ金利解除に加え、2008年問題がある。故小渕総理が大量発行した国債の償還がやってくるため、金利上昇に拍車をかけることとなる。金利が現行の2・5%から3・75%へ上昇予測すれば、年間の支払い利息が2000万円のホールなら、1・5倍の3000万円へと増加してしまう。

③ 税制改正（2006年4月より実行済み）

消耗品一括償却限度額が現行の30万円から10万円に減額。仮に総台数400台（P240台、S160台）のうち、パチンコの年間購入台数が1・5回転とすると、240台×1・5×30万円＝1億800万円。20%の72台が除却対象外とすると、2160万円×2／3が課税対象額。

2160万円×2／3×50%（税率）＝720万円の増税。

④ 厚生年金保険料の料率アップ（平成29年度まで段階的に）。

⑤可処分所得の減少からレジャーへ出費の減少へ。消費税アップ、所得税の定率減税の廃止、嗜好品への増税などが要因となる。

(2) 社会動向

① 遊技参加人口の減少。現在の推定1500万人より1200万人へ減少予測（単純に20%の減少）……未確定要素

② 少子高齢化、人口減少により遊技参加者も自然減？ 一方で団塊の世代の定年退職により遊技参加の可能性もある……未確定要素

(3) 遊技業界動向

① 5号機時代による大幅な粗利減少

台粗5000円で遊技しているホールは、コイン単価と遊技回数の減少により半分の2500円へ。160台のスロット保有店なら160×2500円×30日＝1200万円／月の減少。年間で1億4400万円の減少へ。

② 4・5号機の撤収費用の増大

③ パチンコ機の値上げ。液晶画面の拡大化、機種の精密化に伴い25万円から30万円へ5万円アップ。240台のホールで年間1・5回転の入替とすると、240台×5万円＝1200万円の年間支収アップ。

④ 風営法の強化に伴う支出拡大。2006年6月の風営法第50条の施行に伴い、予測不能な出資が必ず生じてくる。

⑤ 大手チェーン店の出店攻勢の激化

波乱要因を三項目に渡り解説してきたが、〝効果を生まない出費〟が、これでもかと存在するということを分かっていただけただろうか。この三項目から、ほぼ確定しているマイナス要因だけをピックアップして作ったのがの計算表1だ。より理解を深めるために、ぜひ貴社の経営指数を当てはめていただきたい。

徹底した「ランニングコストの見直し」と「ホールブランド力のアップ」

おそらく50%以上のホールが来年6月以降は、毎月の粗利がランニングコストを下回ってくるはずだ。粗利の大幅アップは見込めない。粗利に見合った「身の丈経営」、つまり低コスト経営を打ち出してゆくしかないのだ。

では、今後どのようにして「低コスト経営」を実現するか？ その方策は、以下の二項目しかないと断言できる。

まず第一は、徹底した「ランニングコストの見直し」だ。端的にいえば、これには機械費・人件費の見直ししかありえない。

機械購入の際は、「レンタルシステム」なども熟知し、毎月のコスト削減・節税対策に役立てていくことも今からでも考慮するべきだ。節税対策等に関する事は、顧問税理士に相談をし、多種多様な購入シミュレーションを考えておく必要がある。

さらには、手形・小切手などに頼らず、現金決済を行い、次回入替時は「面替」で費用を半減させるパターンも念頭に置くべきだろう。また、機械代をどのくらいの期間で回収するかも、出玉戦略において、より重要になってくるのは言うまでもない。

また、人件費の削減も急務。適正人員の見極め、正社員・アルバイト比率の見直し、さらにシフト調整も考慮すべきだろう。

その他、保険料・交通費・通信費・福利厚生費など削減できるコストは多い。見直すべきコストを関係者全員で真剣に討議し、思い切った削減を実行すべきである。いち早くコスト削減に全力を投じた企業こそが、生き残りの第一段階に立てると言っても過言ではない。

そして、第二に行わなければならないのが、「ホールブランド力のアップ」だ。実はこれが「低コスト経営」にじわじわと貢献してくる。まだ余力のあるうちに特色を打ち出すことにより、同業他社との差別化を図る。これにより出玉競争・入替競争などの無用な勝負から一線を画することができる。効果的な4つの具体的例をあげてみよう。

①キャラクター

オリジナルキャラクターやイメージガール等で、「親しみ」を持っていただくホール作りを行う。

②イメージカラー

マルハンの赤、ガイアの青などは、パッと見ただけでお店を連想させる。チラシでもイメージカラーを多様化して差別化を図っていく。

③メイン機種づくり

「○○がメイン機種です」と謳うことで、「あの機種ならあの店に行く」という来店動機を作る流れが必要。

④社会貢献活動

社会と一体化し企業ブランド価値を高め、市民ブランドを確立させていく。

「危機は好機」の信念で

辛辣な予測ばかりたててきたが、ピンチはチャンスでもある。来年中には現行1万4000軒のホールが1万軒までは淘汰されると言われている。およそ3軒に1軒は淘汰されるのだ。この生存競争に勝利した時を思い浮かべてほしい。

1000人のお客様を6軒で分け合っていたのが、4軒で割ることができるようになる。顧客数は1・5倍となる。加えて、ライバルの脱落により入替頻度も抑えることができ、粗利率も調整の余地が出るだろう。その状態の時にスロット規制が緩和されれば、今よりも多くの収益を見込めることとなる。

暗いと人だけではなく、虫さえも集まってこない。「ピンチをチャンスに変える」――この信念で業界内外の荒波に立ち向かって頂きたい。 AJ

計算表 2007年～2008年 2年間の収支シミュレーション ※□貴社の数値を入力

1. 業界動向

①スロット5号機が主力遊技機に→4.5号機の撤去→台粗5000円が2500円予測（50%減）に
スロット台数□×2500円×30日＝□円／月の減□円×12ヶ月＝▲□円／年・・・①（2008）
仮定（2007年）台粗 3500円（30%減）とすると▲□円・・・①（2007）

②4.5号機の撤去費用が増大

③パチンコ機の値上げ予測→25万円が30万円に5万円アップ予測
年間1.5回転入替（最低）とすると パチンコ台数□台×1.5×5万円÷＝▲□円／年・・・②

2. 財務動向

①消費税増税 現在5%→10%（2008年予測）
確実なところで消費税10%とすると 年間消費税納税額□円が2倍に
→▲□円／年（2008年～）・・・③

②デフレ時代からインフレ時代へ→金利上昇 現在2.5%→3.75%へ上昇予測
年間支払い利息□円が1.5倍に→▲□円／年（段階的に）・・・④

③税制改正（2006年4月より）消耗品一括償却限度額が現在30万円→10万円に［初年度一括償却ができなくなる］
パチンコ台の年間購入台数（1.5回転とすると）□台×1.5×30万円＝□円
20%の□台が除却損対象外とすると□円×2／3が課税対象額。
円×2／3×50%（税率）＝▲□円／年・・・⑤

【結果】確定しているマイナス要因 利益減少 ①②③④⑤の合計額
（2007年は消費税アップは含まず） 2007年▲□円→▲□円／月
2008年▲□円→▲□円／月
＝効果を生まない出費

なかざわ とくよし
経済紙でロサンゼルス特派員を経た後、1994年に株式会社A&Aを立ち上げる。アミューズメント企業のマーケティング&イベント戦略・資産戦略の立案で活躍中。著書に『アミューズメントビジネスのすべてがわかる本』『驚嘆のステップアップ蓄財法』など多数。

第3章

危機はこうして乗り越えろ

もう迷わない、5号機の選び方。

(有)ビスカスワークス代表取締役

ダイコク電機(株)

リスキー長谷川vs山岸義幸

2006年10月から、現在※までにリリースされた5号機は約70機種。
この中には、発売時期が同じでもすでに外されたものもあれば、
現役でバリバリ稼働しているものありとさまざまだ。
どんな要素が、その違いとなってあらわれるのか。
失敗しない5号機選びのポイントを、2人の専門家に伺った。

※(2006年12月上旬)

ユーザーウケする5号機の選び方

リスキー長谷川

(有)ビスカスワークス代表取締役

「パチスロ歴史の転換期」

「パチスロ」を知ったのは今からちょうど17年前。時代は1・5号機から2号機時代へと変貌した後だったと思う。そしてすぐさま3号機時代へ移行。僕の青春時代は2～3号機と共に過ごしたと言っても過言ではない。ペンネーム『リスキー長谷川』の由来となった『リスキーダック』。ボーナス絵柄のテンパイがリーチ目だった『リバティーベルⅣ』。ボーナスフラグが成立すれば強烈なスベリでフラグ成立を教えてくれた『スーパーセブン』や『ミスターマジック』。大量リーチ目で打ち手を魅了した『スーパープラネット』もあった。

そして21歳、自分がマスコミの世界に飛び込もうとした時に4号機が誕生した。当初はノーマルAタイプばかりだった市場。『ニューパルサー』が20万台以上設置されてパルサー一色だったが、『クランキーコンドル』の登場で技術介入機時代へと突入。己のテクニックによって獲得枚数を増やすことが可能となり、そのテクニックもかなり難解な目押しが必要とされ、技術があれば「確実にパチスロは勝てる!」。そんな認識の元、若いユーザーに爆発的な人気を得た。同時にパチスロ一本で生活しようという、いわゆる「スロプロ」を数多く生み出したのもこの時代があったからだ。

技術を要するのは変わらないものの、パチスロはよりギャンブル性と「こんなことができたらいいな」を実現していく。「なぜパチスロは5ラインじゃなきゃだめなんだろう?」と疑問がわけば7ライン機を開発。発売当初、多ラインパチスロはその分ボーナス確率を上げることが可能となる分、ボーナスでの獲得枚数が少なかったことから「遊べるタイプ」と認識されていた。が、いつしか多ラインはストック機のベースとなっており、ストックをいち早く貯めるための機能の1つへと変わっていった。

大量獲得機も「こんなことができたらいいな」という発想から生まれたマシンといっても間違いない。ビッグボーナス1回で1万円分の特殊景品と交換

できたら……。当初は権利モノ感覚で開発されたはずの大量獲得機も、いつしかそれがスタンダードとなり、最終的にはストック機能を用いて、それが連チャンするような機種が人気を得る。今はなき『吉宗』に代表されるスペックだが、現状まだストック機能搭載の大量獲得機は主力商品としてホールに並べられている。

そしてもう1つ、忘れてはならないのが「AT機」。常にフラグの成立している小役の押し順を、一定ゲーム数ナビすることによってコインを獲得するというゲーム性を駆使した機種の登場が、さらにパチスロブームを起こす引き金となった。AT機のギャンブル性は他の4号機とは比べられないほどの射幸性を兼ね備えていたのは皆様もご存じの通り。当時の攻略誌にも「万枚は到達点」「時速5000枚のスピード感」こんな見出しが連日躍った。これは煽り文句でもなんでもなく、事実そのようなスペックを積んだ機種が数多くのメーカーから登場。そして最終兵器とも言えるマシン『サラリーマン金太郎』『アラジンA』『ミリオンゴッド』の3機種。残念ながらこの3機種は検定取り消し＝撤去という憂き目にあってしまったが、良くも悪くも時代を作った機種といえよう。

ここでパチスロ4号機の灯は消えるのかと思いきや、救世主がホールに現れる。もちろんその時点でストック機は市場に投入されていたが、『吉宗』と『北斗の拳』の登場によって再びスロットは持ち直すこととなる。AT機のような出玉は期待できなくとも、適度な射幸性（現状の4・7号機に比べれば全然高い）と液晶演出とゲーム性が融合した作り込まれた完成度。これが人気となり依然スロットの人気は保たれた。しかし『吉宗』『北斗の拳』が登場してから先日撤去されるまでの3年間、その影では規制がどんどんと強まっていく……。4・1号機から4・5号機、現状は4・7号機基準となる。そして……、2004年7月以降に開発される機械基準は「5号機基準」となり、2004年6月以前に開発された機種は検定通過日の誤差があるため一律ではないが、2007年の6月末には検定切れとなり、一般的解釈ではホールで使用できなくなる。その現実を目の当たりにしているホール関係者の皆様に今更説明する必要もないが、4号機から5号機へと大きく変貌しなくてはならないのが「2007年の6月」。このXデーをどう迎えればいいのか？ どうにも頭が痛い問題である。

「4号機市場から5号機市場へ」

今までも大型入替はあったにせよ、ホールに設置されている機種の大多数をこの半年あまりで入れ替えなくてはならない。こういった事態を迎えるのが初めてのケースという関係者も多いはず。ましてや今までの入替は設置されていた機種構成やお客様の趣味嗜好を分析して、それに見合った機種を導入すればよかった。また大手メーカーや人気機種をそのまま設置するだけでも入替効果はあったはずだ。

しかし今回は4号機から5号機への入替を余儀なくされる。現状5号機を本格的に導入しているホールは少ないものの、その実数値を見る限り5号機への風当たりは強い。ホールサイドからすれば、やはり当初から予想されていた「コイン単価の低さ」を如実に感じることだろう。ノーマルAタイプとほぼ同等の単価設定となり、冒頭の流れでスロット営業に携わってきた人間には物足りなさを感じるはずだ。そして5号機最大の欠点は、スペックがほぼ横並びだということ。もちろん機種個々の違いはあるにはあるが、4号機のようにスペックが機種毎の個性ではない。が、それでも5号機の中にも優劣がつくのは間違いない事実。これから絶対に導入しなければならない5号機。その機種選びの参考になればとジャンル分けした後、ユーザーがどのような印象を持つのか自分なりに分析させてもらった。少しでも皆様のお役に立てれば光栄である。

5号機のジャンル分け
完全告知機は5号機のスタンダード

総じてコイン単価は同じような機種が並ぶ5号機。では、どのようなタイプに分けることができるのだろうか？ まずスペック面ではRT搭載タイプか否か。そしてビッグボーナスでの獲得枚数。さらにゲーム性では完全告知機か否か。ざっくりわけるだけでも3つのポイントが上げられる。その中で大きく分けられるのはゲーム性。このあたりはメーカー側の開発意図が大きく反映している機種が多く、4号機からの流れをそのまま5号機に（無理矢理？）乗せている機種も多く見られる。その中でもユーザーが違和感なく受け入れられるであろう完全告知機。先日発表された北電子の『アイムジャグラーEX』に代表されるように、4号機と遜色なく遊技できる唯一の5号機ジャンルと言えるからだ。

5号機と4号機を比べた時に、スペック以外にもう1つ大きな変更点がある。それは連続演出を効果的にゲーム性に取り入れることができないこと。例えば4号機の場合、ボーナス放出が決定されたゲーム数の数ゲーム前から連続演出を発生させて演出の行方にボーナス放出の有無を託すことが出来た。連続演出中にプレミア演出が発生して放出が確定しても、演出が終了

するまではボーナス絵柄は揃えられない(機種によって異なる)。だからこそ出目と演出が上手くかみ合ってプレイできたのだが、5号機は残念ながらそうはいかない。完全確率で抽選されているゆえ、どれだけ熱い連続演出が発生していても、目押しをすればボーナスフラグの有無がわかってしまう。つまり5号機ではゲーム進行に液晶演出を組み込むのがかなり難しいといえるのだ。その点完全告知機は4号機も5号機も変わりない。4号機市場にて完全告知機をプレイしていたユーザーからすれば何も変わりなくそのままプレイできる。

また色褪せないゲーム性という点でも評価できる。個人的に告知タイプのマシンが好きなこともあるが、当たりかハズレかという至極単純なゲーム性である反面、ボーナスフラグが成立したときの高揚感は完全告知機ならではのもの。単純に同じ光り方をするだけかもしれないが、わかりやすく、またメーカーごとにファンがついているのも特徴。すでに5号機でも各メーカーが後継機種を登場させているが、先にも触れた北電子はジャグラーシリーズを完全に(ほぼそのまま)移植した『アイムジャグラーEX』を発表。オリンピアも『南国育ち』で好評を得たパトライトシリーズを搭載した『南国娘』をすでに発表し、また年末には、もう1機種、『南国美人』を投入する。そしてパイオニアもハイビスカス告知を搭載した機種を数多く発表している。

4号機時代から完全告知機を精力的に発表しているメーカーが、5号機でも完全告知機市場をリードしているが、完全告知の中でも当然稼働の良し悪しは生まれるはず。最後にそのあたりについてユーザー視点で考えてみよう。

●4号機と違い差玉が期待できない5号機。ゆえにある程度は「光る」ボーナス確率配分であるべき

4号機ではストック機能を用いて、スランプの荒い完全告知機も多々あったが、残念ながら5号機では波荒スランプは期待できない。ゆえにある程度の金額、具体的に言えば7~8千円(=200~250G)程度で1度はボーナスが期待できる確率配分が望ましい。完全告知機で激しいRTを搭載している機種はほぼないので、現状の告知機はほぼこのラインをクリアしている。

●ビッグボーナスでの獲得枚数が最低でも320枚を超えるべき

つまり4号機で言うところのノーマルAタイプマシンに近くするべきだということ。完全告知機を打つユーザーは、やはり年配層が中心になる。若いユーザーと違い攻略誌やネットなどで研究する層ではないので、ボーナス獲得枚数が少ない分、RTが搭載されていて結局は出玉率が……とは考えない。1回ボーナスをかけて「前にあった○○○より枚数が少ない」=だからダメ(勝てない)という図式が成り立つ可能性が高い。またドル箱にコインを入れられず、下皿で永遠とプレイすることになると体感的に「勝てない」と感じてしまうのではないだろうか? それならば完全確率で偶然連チャンしたときにはドル箱を使えるようなスペックのほうが、完全告知というゲーム性と相まって「出た」という感覚を得られると思う。

●RT機能は不要

これまたノーマルAタイプマシンに近いほうがいいのではないかとの考えから。RTが搭載されるということは、その分、獲得枚数を減らすかボーナス確率を下げざるを得ない。またRTは微増するといっても1Gあたり1枚純増もままならず、よほど上手くゲーム性と絡めてRTを消化する理由を設けないとただのダラダラした遊技時間になってしまう可能性が高い。

完全告知機は4号機の完全告知機ユーザーをそのまま取り込めることができるのは間違いないが、その市場の大きさは地域差や今までの自店での流れも関係してくる。例えばジャグラーシリーズにしても地域によって絶大な強さを誇る地域もあれば、ホールによってその温度差がある地域もある。ただし現状年末年始から「5号機の買い貯め」的な考え方からすれば、一番長持ちするゲーム性だと自分は考える。すでに市場に出ている機種、またこれから発表される機種を含め、5号機でホールを構成するには絶対に必要不可欠、また5号機スペックでもニーズのあるマシンだと言えるのではないか。

天井機能搭載機

現状2006年11月に発表されたエレコの『サンダーVスペシャル』が注目を集めているが、本機に搭載されているRT天井機能は素直に評価したい。実はRT天井機能が搭載された機種はいくつかあり、少々中味は違えど、SNKプレイモアの『スーパーお父さん』もこのタイプ。特定ゲーム数に到達するとバトルチャンス抽選状態へと突入する。天井機能的なものが搭載されていると何がいいか。それは、「目標ができる」ということだ。

4号機の優れた点の1つがこの天井機能。機種によって違うが、特定ゲーム数まで到達すれば必ずボーナスをゲットできるのはうれしい。逆算して○円使えばボーナスを体感できる=○円あれば一度はボーナスをゲットできると計算できる。また、「○○○ゲーム

から勝負すれば理論上低設定でも収支がプラスになる」といった打ち方も可能になってくるので、現状の4号機に似た立ち回りが可能。もちろんその反面のデメリットとして特定以外のゲーム数、特に4号機のように連チャンゾーンのようなものがないと、ボーナス消化後即ヤメなんて憂き目も考えられるが、その点は上手く設定配分することでカバーすることは可能だと個人的には思う。今後この機能を搭載した機種が出てくるだろうが、どのような意味合いのある天井機能かをしっかり計算してほしい。この手の天井の意味合いとその破壊力については、攻略誌を読むのが一番早いだろう。

RT搭載機

5号機唯一の差玉を生む機能といえるのがRT。もちろんRTでコインを減らすことなくプレイできる分も、しっかり出玉率計算に組み込まれているので、RT搭載機＝差玉が出るわけではないのだが、数時間プレイするユーザーにはお助けゾーン的なRTはうれしい限り。現状、RT搭載機でもいくつかにカテゴライズすることができ、その機種の特性を見極めて導入を検討する必要がある。

と、RT搭載機を分類する前に、まず一番のポイントとなるのが「バランス」である。現在の5号機は、概ねどの機種も出玉率設計が同じになるはず。もちろん細かい違いがあるのは承知だが、下が出玉率95%で上が105%程度だと仮定する。つまり落ち着くところは同じであり、あとは「ボーナス確率・出玉」「RTゲーム数」「通常ベース」の振り分けにすぎない。ユーザーがぱっと見で気にするのはボーナス確率とRTのスペックだと思うが、このバランスが悪い機種はやはり稼働状況が著しく悪い。ボーナス確率が設定1でも300分の1を下回り、RTゲーム数も少ない。こんな機種で勝負をしたいとは誰もが思わないだろう。個人的にはそれが機種のウリ文句になるのだから、一発ロングのRT搭載タイプならば思い切りロングRTを引いたときに勝てるゲーム性にするべきだと思うし、逆に5号機1発目の『新世紀エヴァンゲリオン』のように、RTはおまけ程度でノーマルAタイプに極めて近いゲーム性のほうがユーザーとしてはわかりやすく、勝負しやすいと思う。

RT継続タイプは極めて厳しい!?

もう新機種は発売されない？と噂されているのがRTパンク条件の1つに特定小役を設けておいて、その小役をナビすることによって自力でRTパンクを回避させるゲーム性を搭載したタイプ。攻略誌的にはリプパン打法などと呼んでいるが、AT機に似たゲーム性ともいえ、どの機種のセールス状況も悪くない。実際ロングRTを搭載した機種も多く、時間はかかれど、ボーナスを引けなければジワジワとコインを増やすことが可能で、さらにボーナスの連打でもコインが増える可能性はある。ボーナス→RT→ボーナスのループが起こりやすく開発されていれば、一撃差玉も十分可能といえるだろう。

現状この手の新機種が一気に出たばかりで、それら機種の評価は出ていないが、先行発売された機種の状況を見ると、短命な機種が多いのはデータからも見受けられる。また高設定域がしっかり出る機種が多いこともあり、イベント時など朝からの集客を見込めるという他の5号機にはない特性もあるが、残念ながら低設定とわかってしまった場合のハマリの深さを敬遠して遅い時間からの稼働が見込めないという欠点もある。先にも「バランス」と書かせてもらったが、どうしてもRTループで獲得できる枚数が多い反面、その分ボーナス確率が削られる。これは致し方ないところだ。

現状ではまだ瞬発力がある4号機と一緒にこの手のタイプが並んでいるために正確な判断は難しく、5号機時代に本格的になった時にある程度の差玉、時には4号機並の差玉を生むスペックを搭載しているのは確かに魅力的ではある。が、コインの増加スピードは極めてダラダラとしているので、もし大きな差玉が出たとしても……。

・朝から長時間遊技できるかなり特定されたユーザーしか体感できない
・ユーザーが入れ替わると、見た目の出玉感はかなり乏しい

ということが予想できる。もちろんこの手のタイプは若いユーザーを中心に朝から勝負をかけてくるので集客の1つの目玉にはなるはずだ。しかしかなり稼働のムラが出てしまうことはデータからも明らかになっている。

ただ1つ大きく評価できる点もある。これは5号機では捨てゲームになってしまっているビッグボーナス中にミニゲーム的なものを発生させ、そのゲームの結果とRT継続（またはそれに準ずるもの）をリンクさせているマシン。極めて4号機を意識した作りだと言えるが、ボーナスが揃った時の高揚感は、他のマシン以上のものが当然ある。

液晶搭載機に必要なゲーム性

順番が遅くなってしまったが、ほぼどのパチスロにも搭載されている液晶搭載機についても触れておきたいと思う。完全告知機のところで液晶演出を5号機で取り込むのはかなり難しいと

説明した。その理由は出目、もしくは目押しをしてしまうと、どんなに秀逸な液晶演出が発生しても意味がなくなってしまうからだ。現状基本的な5号機パチスロの開発方法はこうなっている。まずいくつかレアな同時抽選役を用意する。チェリーやスイカ、1枚特殊役などがボーナス同時抽選役として扱われることが多い。ちなみに同時抽選役とは5号機になって許された抽選方法で、ボーナスフラグと小役を同時に抽選できる仕組み。4号機まではチェリーとボーナス絵柄は同時にフラグを立てることが出来なかった。つまりフラグが成立していないゲームの次のゲームでチェリーが払い出された場合、当然そのゲームでも100%フラグが成立することはない。が、5号機では逆に、こういった特定小役フラグが立った時にボーナスを期待できる機種が多い。つまりチェリーやスイカのような特殊役が揃ったと同時にボーナスが期待できるという仕組みだ。

……話しを戻そう。このような同時抽選役を用い、全ての小役をフォローすることは不可能な配列にしておく。するとこういった小役を取りこぼした時にはチャンス目が出るようにしておき、チャンス目出現と同時に、連続演出が始まる。それも2～3ゲーム完結型の連続演出で、ボーナス絵柄を押し分けている間に連続演出でもボーナスフラグの有無を確認できるというもの。このようにプログラムを組むのが演出も楽しめると自分も思う。

　また昨今はボーナスの組み合わせを数多くして、目押しの押し分けを数回しないとボーナス絵柄が揃えられない機種も発売され、また枚数が少ないボーナスでも信号が送られるために、データ表示機では特賞回数が多く、出ているように見える機種も存在。こういった機種の場合、液晶演出を楽しんでもらうことは可能となるが、そのからくり（ボーナスであっても獲得枚数が少ない等）がわかってしまった後の稼働の落ち込みが心配である。つまり飽きられてしまう可能性が高いということだ。

　今後も液晶を搭載し、著名なアニメやキャラクターを搭載したマシンは数多く登場することだろう。もちろん液晶機の基本として映像的な動きが面白いか？　パチスロとして演出がリールとリンクしているか？　この2点が絶対的に重要である。特にホールのカラーを決めるメイン機種になる可能性が高いので、機種選びは慎重に！　そして4号機同様、鮮度を求められるところもあるので、展示会などでその機種の良し悪しをしっかりと見極める必要がある。

5号機選び総括

　好き勝手長々と書かせてもらいましたが、5号機を取り巻く状況は決して甘いものではありません。現状4号機ユーザーの中でも「5号機になったらスロットをやめる」と高らかに宣言している人も少なからずいます。自分が思うのはもちろん今のユーザーをどうやって5号機で楽しんでもらうか？　まず考えなければならないことだと思います。

　自分の原稿を読み直してみると、完全告知機のノーマルAタイプマシンが優れているように読み取れますが、これは自分が考える総論であって、自店のお客様の層、またどういったホールに仕上げていくかはホール店長の腕の見せ所だと思います。ただ4号機時代と違うのは、機械代金は4号機とほぼ同じなのに、売り上げは半減＝利益も半減。そうなるとどうしても機械を頻繁に買い換えることが出来ないことと、機械選びは今以上に失敗できないということです。自店がどのようなホールを作っていくのか明確なコンセプトを決めた上で、5号機を買いそろえていくといいのではないでしょうか？　スペック的にそれほど差がないわけですから、あとは自店のカラーにあった機械を選んでいく。射幸性で選ぶユーザーは、5号機よりは射幸性に期待できるパチンコにうまくシフトする。このあたりにポイントを置いてこれから半年5号機時代に向けて取り組んでいくべきではないでしょうか。 AJ

りすきー　はせがわ
1971年生まれ。（有）ビスカスワークス代表取締役。「週刊アミューズメントジャパン」で『もの申す』を隔週連載中。そのほか、一般ファン向け雑誌で連載6本、パチンコ関連番組で4本のレギュラー番組をもつ傍ら、ホールコンサルティング業務もこなすマルチな活躍。趣味はドライブ。

データで見る5号機特性

山岸義幸氏

ダイコク電機（株）コンサルタントプロモーションチーム　上席講師

２００４年７月に改正遊技規則が施行されてから早くも2年以上が経過した現在、パチンコ業界の最大の関心事は「２００７年７月以降パチスロが全て5号機に入れ替わった後、市場がどのように変化するのか？」という点に絞られてきたように感じます。

振り返ってみれば新規則になってからパチンコは次々と新基準機が市場に登場してきましたが、パチスロ5号機においては（途中パロットの登場もありましたが）２００５年９月に『新世紀エヴァンゲリオン』が登場するまで、かなり長い期間を要しました。そして徐々に登場してきた5号機は『新世紀エヴァンゲリオン』『サクラ大戦』『デビルマン3』など好業績を残していたので、「5号機だけの市場になっても特に問題はないのではないか」といった楽観的な意見もよく耳にしました。しかし、２００６年に入り5号機の機種が増えるにつれて想像以上に業績が伸びず、ほとんどの方が不安を抱くようになっていったのだと思います。

しかし、タイムリミットである２００７年７月は刻一刻とせまってきています。そこで本稿では5号機の市場動向と現状分析、5号機のスペックと業績の関係、射幸性と業績の関係などを取り上げ、業績の良い5号機にはどういう特徴があるのか、5号機導入に際して注意すべき点は何か、5号機をどのように活用するのかなどを、考えてみたいと思います。

5号機増加のチャンスは2回あった

まずは、市場動向と現状分析から入りたいと思います。資料１はＤＫ-ＳＩＳにおける２００６年11月（第３週まで）のパチスロ5号機の業績を台数の多い順に表したものです。抽出する機種の条件としては登録台数が１５０台以上の機種に限定してあります。２００６年11月現在、ＤＫ-ＳＩＳに登録されている台数は市場全体の約14％となっていますので、登録台数を約７～７．５

倍していただくと市場における設置台数に近い数値になります。つまりこの資料では市場で約1000台以上設置されている5号機機種のデータと捉えていただいて良いかと思います。それでは5号機が現状においてどの程度市場に導入され、どのような業績を残しているか確認してみましょう。

まず台数シェアですが、現状はパチスロ全体の5%強にすぎません。2006年6月の時点でも約5%でしたので、この4~5カ月間はほとんど増加していません。この間には『吉宗』や『北斗の拳』『南国育ち』といった非常に多くの台数を保持していた4号機機種が撤去されてきているにも関わらず、増加していないということになります。

以前から、2006年には5号機の台数が増加するタイミングが少なくとも2回あると考えていました。1回目は2月に検定切れとなった『ジャグラーガール』が撤去されたタイミング。4号機の中でも低射幸性でかつ、ある程度設置台数が多い機種の撤去ですから代替機として多少なりとも5号機が増加するのでは、と考えていました。このタイミングを逃してしまうと、後に撤去される機種は射幸性の高い機種ばかりになるため、5号機を代替機とするにはいささか難しいと思っていたからです。しかし結果として、ほとんど増える事はありませんでした。

2回目は10月に検定切れとなった『北斗の拳』『南国育ち』撤去のタイミングです。6月の『吉宗』撤去の際には『秘宝伝』や『北斗の拳SE』など、前評判の高い4号機の新機種が揃っていたので穴埋めできると思っていましたが、10月は『北斗の拳』と『南国育ち』でパチスロ全体の20%程度を占めていたので、さすがに4号機だけでは台数の補充が間に合わないと考えていました。しかし結果的には2月と同様に5号機はほとんど増えることがありませんでした。

投資額がかさみ、一発逆転も狙えない

それでは何故ここまで増えないのか。それは4号機と5号機の業績に大きな差が生じているからでしょう。資料1の一番下にはパチスロ全体、5号機、4号機と区分してそれぞれの業績を掲載しておりますが、5号機は4号機と比較してアウトでは約2500枚(稼動時間に直すと約1時間15分)、台粗利では約1500円下回っている事が把握できます。5号機は4号機と比較して射幸性が大幅に低下しているのですから、売上性能が低下してしまう分、台粗利が低い事に関してはある意味仕方が無いことかと思いますが、何故アウトも低いのでしょうか。

そもそも低射幸遊技機である5号機は、4号機でいえば「ジャグラーシリーズ」のように日々の台粗利2000円~3000円程度、粗利率10%程度であって長期的に高めのアウトを維持することで、貢献度が高くなるといった活用が理想的な形だと思います。つまり瞬間的な売上や粗利の大きさではなく、長期にわたる粗利戦略が必要となります。ですから単純に業績が芳しくないというポイントのみを捉えるのではなく、何故アウトが芳しくないかを考えなくてはなりません。

最大の理由として出玉の瞬発力低下が挙げられるでしょう。短時間勝負が難しくなった事で、一発逆転の期待感も薄れ、仕事帰りなどの短時間遊技客層にとってはあまり魅力的に感じられないのでしょう。もう1つの理由としては、多くのパチスロファンは5号機を低射幸性遊技機であると感じていないのだと思います。4号機のストック機と違い、現状の5号機ではボーナスを引きやすいゲーム数や天井機能が搭載されていない(一定ゲーム数でRTに突入する機種はある)ので、思った以上に投資金額が増える場合も多く、その割には見返りが少ないイメージがあるのではないでしょうか。また5号機は1機種あたりの平均台数が4・7台と少ない事も特徴で、どちらかといえばバラエティ的な活用となっています。今後はこのようなスペックの中から、使える遊技機を探さなくてはなりませんので、次に5号機のスペックと業績の関係を見ていきましょう。

売上げに貢献する台、4つのポイント

資料2は、資料1に掲載している機種を通常時の1000円ゲーム数、ビッグボーナス時の獲得枚数、最高設定(基本的には設定6)の出玉率といったスペック、獲得枚数に影響を及ぼす技術介入性、設定判別やRTを延命する

資料1　2006／11　5号機データ（登録台数150台以上、台数順）

種 類	メーカー名	台数	平均台数	アウト(枚)	台売上	台粗利	コイン単価	コイン粗利	粗利率
南国娘	オリンピア	2770	6.8	8937	¥17,197	¥2,513	¥1.92	¥0.28	14.6%
クランキーコンドルX	エレコ	1860	6.6	5237	¥12,219	¥2,679	¥2.33	¥0.51	21.9%
球児	SNKプレイモア	1420	5.0	7203	¥14,345	¥3,375	¥1.99	¥0.47	23.5%
新世紀エヴァンゲリオン	ビスティ	1050	4.4	6755	¥13,378	¥1,721	¥1.98	¥0.25	12.9%
スパイダーマン2	サミー	1000	5.0	15133	¥38,981	¥8,464	¥2.58	¥0.56	21.7%
格闘激戦区	エレコ	580	7.0	9766	¥22,871	¥4,369	¥2.34	¥0.45	19.1%
逮捕しちゃうぞ	アイジーティージャパン	550	3.7	12340	¥28,109	¥4,020	¥2.28	¥0.33	14.3%
ゴルゴ13ザプロフェッショナルJ	平和	500	3.6	3839	¥9,067	¥2,097	¥2.36	¥0.55	23.1%
スーパーお父さん	SNKプレイモア	450	3.3	6918	¥14,698	¥2,014	¥2.12	¥0.29	13.7%
信長の野望・天下創世	アイジーティージャパン	350	3.4	4584	¥10,735	¥2,360	¥2.34	¥0.51	22.0%
サクラ大戦	エレコ	280	4.2	4336	¥9,410	¥2,022	¥2.17	¥0.47	21.5%
ボンバーマンビクトリー	サミー	270	3.1	3337	¥9,592	¥2,326	¥2.87	¥0.70	24.2%
ルーニー・テューンズBIA	オリンピア	220	3.2	4256	¥10,001	¥1,706	¥2.35	¥0.40	17.1%
南国娘-30	オリンピア	220	8.5	11602	¥21,880	¥1,566	¥1.89	¥0.13	7.2%
大山鳴動 漢みちスロ	ウィンネット	220	3.7	10269	¥20,527	¥4,279	¥2.00	¥0.42	20.8%
電撃フランケン	エレコ	210	5.8	3313	¥8,811	¥1,584	¥2.66	¥0.48	18.0%
キューティーハニー	エレコ	200	4.3	2494	¥6,783	¥1,241	¥2.72	¥0.50	18.3%
花盛	SNKプレイモア	180	3.0	4181	¥9,538	¥3,279	¥2.28	¥0.78	34.4%
ニューオアシス	パイオニア	180	4.1	6977	¥15,083	¥1,703	¥2.16	¥0.24	11.3%
ロード・オブ・ザ・リング	ビスティ	180	3.1	5782	¥13,663	¥2,626	¥2.36	¥0.45	19.2%
じゃりン子チエ	バルテック	170	3.7	5390	¥12,922	¥2,797	¥2.40	¥0.52	21.6%
ゴールドシオー-30	パイオニア	170	8.2	8597	¥20,757	¥1,124	¥2.41	¥0.13	5.4%
ロックユークイーン	エレコ	160	4.8	3480	¥7,736	¥901	¥2.22	¥0.26	11.6%
ナースウィッチ小麦ちゃん	ジェイピーエス	160	3.3	2748	¥6,603	¥1,874	¥2.40	¥0.68	28.4%
らくちん沖姫	エレコ	160	7.3	5327	¥13,241	¥1,716	¥2.49	¥0.32	13.0%
ザ・キング・オブ・ファイターズ	SNKプレイモア	160	2.8	6006	¥12,324	¥3,059	¥2.05	¥0.51	24.8%
新造人間キャシャーン	ジェイピーエス	160	3.7	4843	¥11,951	¥4,270	¥2.47	¥0.88	35.7%
バーグラー	メーシー	150	6.0	9740	¥23,803	¥2,225	¥2.44	¥0.23	9.3%
上記機種(150台以上)	―	13980	4.7	7551	¥16,583	¥3,021	¥2.20	¥0.40	18.2%
DK-SISパチスロ全体				9729	¥33,453	¥4,340	¥3.44	¥0.45	13.0%
5号機平均(150台以下も含む)	台数シェア	5.8%		7269	¥15,947	¥2,910	¥2.21	¥0.40	18.3%
4号機平均	台数シェア	94.2%		9872	¥34,504	¥4,423	¥3.49	¥0.45	12.8%

資料2　2006／11　5号機スペック＆貢献データ（寿命の長い機種順）

種 類	1000円ゲーム数	BIG時の獲得枚数	最高設定の出玉率	RT	技術介入	知識介入	設定数	寿命週	累計台粗利
スーパーお父さん	約33G	280枚	108.7%	○		RT、設定変更		11週	¥350,244
逮捕しちゃうぞ	約42G	360枚	105.4%	○				(継) 10週	¥364,539
新世紀エヴァンゲリオン	約46G	360枚	110.0%	○				8週	¥285,232
サクラ大戦	約44G	370枚	103.0%	×			2段階	7週	¥395,705
ザ・キング・オブ・ファイターズ	約45G	330枚	105.8%	○				6週	¥301,817
信長の野望・天下創世	約45G	345枚	107.8%	×	獲得枚数			6週	¥281,259
スパイダーマン2	約34G	312枚	117.0%	○	RT延命			(継) 5週	¥311,224
ロード・オブ・ザ・リング	約37G	308枚	109.1%	×				5週	¥191,506
大山鳴動　漢みちスロ!	約44G	416枚	106.7%	○		設定変更		5週	¥172,203
キューティーハニー	約37G	310枚	104.1%	○		RT延命	2段階	5週	¥139,966
南国娘	約37G	203枚	107.7%	○	RT延命			5週	¥118,171
ナースウィッチ小麦ちゃん	約32G	288枚	106.5%	○	RT延命			4週	¥253,165
じゃりん子チエ	約44G	370枚	106.1%	○	RT延命			4週	¥222,308
ゴルゴ13ザプロフェッショナルJ	約31G	312枚	108.6%	AT	獲得枚数			4週	¥214,613
ボンバーマンビクトリー	約40G	305枚	115.8%	○	RT延命	RT延命		3週	¥292,163
新造人間キャシャーン	約38G	315枚	105.0%	AT	獲得枚数			3週	¥228,850
花盛	約36G	270枚	105.1%	○	獲得枚数			3週	¥168,103
クランキーコンドルX	約32G	330枚	104.6%	○	RT延命	設定判別	3段階	3週	¥129,977
球児	約34G	204枚	106.9%	○				3週	¥123,885
ルーニー・テューンズBIA	約33G	290枚	109.4%	○	獲得枚数			3週	¥105,379
格闘激戦区	約32G	234枚	105.0%	○		RT延命	3段階	3週	¥83,929
南国娘-30	約37G	203枚	107.7%	○	RT延命			(継) 2週	¥12,404
電撃フランケン	約30G	230枚	104.0%	○	RT延命		3段階	2週	¥54,951
ロックユークイーン3	約32G	200枚	104.0%	○			2段階	2週	¥53,662
ニューオアシス	約34G	336枚	108.0%	×		設定変更		2週	¥21,888
バーグラー		336枚	104.4%	×		設定判別	3段階	2週	¥16,077
ゴールドシオー-30	約37G	333枚	106.2%	×	獲得枚数			2週	¥-18,603
らくちん沖姫		235枚	103.2%	×			3段階	1週	¥8,036

※1000円ゲーム数は解析値等を用いた上で、フリー打ち（目押しなし）を基準として算出。掲載していない機種は解析未発表機種。最高設定の出玉率はメーカー発表値及び解析値による数値。技術介入における「獲得枚数」は主にボーナス中などで目押しによって獲得枚数が変化するものを指す。技術介入及び知識介入における「RT延命」は、主にRT中に目押しによってRT回数が変化するものを指す。知識介入における「設定変更」「設定判別」は、主にボーナス中の小役確率やBGMの変化によって判別できるものを指す。設定数は6段階設定以外の機種のみ設定数を掲載。

ための知識介入性の有無を掲載しています。更に新台寿命と累計台粗利といった業績も併せて掲載し、新台登場から平均アウトを割り込むまでの期間が長い（寿命が長い）機種順にソートしていますので、5号機の中で業績が良い機種はどのようなスペックなのか確認できるようになっています。

まず1000円ゲーム数から確認してみましょう。業績上位機種は1000円ゲーム数が高めのという特徴があり、ほとんどが1000円で40ゲーム以上遊技できるスペックです。5号機は出玉の瞬発力が抑えられており、4号機と比較すると短時間での勝負が難しくなっているので、長時間遊技に適した「低投資金額で長時間遊べる」ことが重要な要素であると考えられます。まずは「1000円40ゲーム」を一つ目の基準ラインとして捉えてください。

次にビッグボーナス時の獲得枚数ですが、300枚のラインが業績の分かれ目となっています。業績上位機種のほとんどがビッグボーナス時に300枚以上獲得できるスペックです。この傾向は4号機の時も同じで、ビッグボーナス時の獲得枚数が300枚以下の機種（Bタイプに多い）は、前評判が非常に高い機種であっても思ったより業績が伸びませんでした。やはりパチスロファンのイメージとして、ビッグボーナスを引き当てた見返りは等価交換ベースで6000円以上といったラインが構築されていると思いますので、ファンのニーズに応えるためにも二つ目の基準は「ビッグボーナスの獲得枚数は300枚以上」となります。

それでは次に射幸性に最も関係のある最高設定時の出玉率に注目したいと思います。現状では最高設定時の出玉率と業績上位機種にはこれといった関連性が見いだせません。現状の5号機は最高設定の出玉率がさほど高くない機種が多いことと、1機種あたりの台数が少ないため、通常営業では最高設定の出玉率よりも、活用しやすい出玉率があるかないかが重要です。そうなるとやはり設定は6段階ある機種の方が使いやすいと言えます。但し4号機でも最高設定の出玉率が110%以下の機種が多い中、『スパイダーマン2』の117%は破格です。出玉の瞬発力では4号機に劣るものの、差枚数では見劣りしないどころか大きく上回ります。この突出した点が1000円ゲーム数の少なさをカバーし、好業績を維持しているのでしょう。つまり3つ目の基準として「最高設定の出玉率は高い方が良いが、それよりも現状では設定毎に使いやすい出玉率がある方が良い」となります。

次に若いパチスロファンが好む技術介入と知識介入の有無を確認します。それぞれ重要ですが、最近では技術介入よりも知識介入の方が大きなウエイトを占めているでしょう。ここで注目すべきは『スーパーお父さん』です。RTによるモード移行のイメージや設定変更判別等、5号機では実現しにくい知識介入度の高いスペックを実現したことで1000円ゲーム数や獲得枚数の少なさを補いました。更に、この機種が登場した頃には、知識介入要素を持った機種がほとんど無かった事も追い風になりました。今後は、ある程度知識介入の要素を含んだ機種が徐々に登場してくる事が予想されます。ですから1000円ゲーム数と獲得枚数の基準をクリアした上で、プラスαとして知識介入要素を持った機種に注目すべきです。そこで次に5号機導入に際してのポイントを考えてみます。

ジャグラーが鍵を握る5号機市場

今後5号機を導入するに際して、まず現状のパチスロ総台数を維持しつつ5号機へシフトするのか、島閉鎖やパチンコへの入替を考えてパチスロを減台しながら5号機へシフトするのか、戦

略をたてなくてはなりません。私は現状の業績から見ても後者のようにパチスロ台数の減台を考慮した対応が必要であると考えていますが、前者のようにパチスロ総台数を維持する戦略のホールもあるでしょう。

いずれにせよ2007年、年明け早々に登場する最大の注目機種の1つである『アイムジャグラーEX』の業績が、その後のパチスロ設置台数に大きな影響を与える事は間違いありません。何故、影響を与えるのかと言えば、市場動向の節でも少し触れましたが、現状は、5号機1機種あたりの平均台数が少ないのです。今後、パチスロ総台数を維持するためには、ある程度台数が多く設置されても業績を維持できる機種が必要不可欠となります。その候補となる機種が『アイムジャグラーEX』であり、業績によって5号機における台数の軸機種が誕生するか否かが決まります。4号機の『ジャグラー』ファンを取り込む事ができれば好業績が期待できますが、取り込むことができなければ総台数の維持は困難となります。

ちょうど2007年2月（地域によっては1月中）の『GOGOジャグラーV』検定切れのタイミングと重なりますので代替機種としても、ある程度まとまった台数が市場に導入されるはずなので、この機種の業績には注目する必要があります。不安要素としては演出やゲーム性が酷似している『バーグラー』が苦戦していることでしょうか。

5号機の導入方法としては基本的に少台数多機種の導入で良いかと思います。資料2で確認していただいたように、機種毎の業績差が非常に大きいので、業績が良ければ少しずつ増台するといった実績重視の導入をするべきです。ここ2～3年は4号機が無くなる危機感から、4号機というだけでそれなりの台数を購入し、失敗するケースもよく目にしました。『北斗の拳』や『吉宗』は最初から大量導入されたわけではありません。業績が良かったからこそ台数が増えていった事を忘れてはいけないのです。

5号機を生かすなら　グループ管理を

最後に5号機の活用について考えてみたいと思います。5号機の市場は現状と比較すれば、少台数多機種の市場になるでしょう。台数の多い機種の数が減るということは、パチスロでイベントが打てる機種が減ることになります。さらに1機種あたりが少台数だと、データ管理においても機種単位では出玉率や割数を合わせにくいため、高設定も入れにくくなります。また5号機は4号機（特にストック機）のように低設定でも噴くといったケースが少なくなるので、出玉感を演出するためには高設定を入れる必要があります。ですからデータ管理やイベントは機種単位ではなく、島単位やBOX単位などのグループ管理の方が良いでしょう。イベントを打つにせよ、高設定を見せるにせよ、ある程度の台数が必要となるのでデータ管理も含めてグループ管理での活用を考慮していただきたいと思います。

タイムリミットまであまり時間が残っていませんが、極めて厳しくなることが予測される5号機時代に万全の体制をもって臨んでいただきたいと思います。 AJ

やまざき　よしゆき
72年生まれ。95年入社。2003年よりDK-SISコンサルタントプロモーションチーム配属。現在は上席講師として年間60回以上のセミナー、勉強会を実施。プライベートでも、年間253日（05年）ホールに通うヘビーユーザー

第4章

パチンコ118機種・パチスロ70機種

遊パチ大図鑑

パチンコ編

パチスロ編

CRぱんことみのモンスターナイトFN50

アビリット

©ABILIT ©HORIPRO

●大当り確率：1／97.67 ●賞球数：4&9&14 ●ラウンド数：2・4・15R×9C ●確変突入率：50%（2R確変含む）●タイプ：全大当り終了後20回時短

遊パチ パチンコ編

2006年11月30日の時点で確認できた
大当り確率1/100前後のセブン機、
羽根モノなど**118**機種を一挙公開

PACHINKO

CRデカチューMAX2

エース電研

●大当り確率：約1/10（Vゾーン入賞確率）1/397（第1種大当り確率）●賞球数：3&9&10 ●ラウンド数：1・5・15R×9C 第1種大当り16R×9C ●タイプ：第1種・第2種複合タイプ 全ての大当り終了後時短20回転

デカチューMAXG

エース電研

●大当り確率：約1/10（Vゾーン入賞確率）1/499(第1種大当り確率)●賞球数：3&9&10 ●ラウンド数：1・5・15R×9C 第1種大当り16R×9C ●タイプ：第1種・第2種複合タイプ 全ての大当り終了後時短20回転

デカチューRXG

エース電研

●大当り確率：約1/10（Vゾーン入賞確率）●賞球数：3&9&10 ●ラウンド数：1・7・15R×9C ●タイプ：第2種タイプ

CR旅芸人モンキッキT2S

奥村遊機

●大当り確率：1/79.3 ●賞球数：4&15●ラウンド数：4R×9C ●確変突入率：100% ●タイプ：確変4回転 時短20回転

CRバルタン星人!? ST

エース電研

©1966円谷プロ ©2006円谷プロ

●大当り確率：1／99.25 ●賞球数：3&10&14 ●ラウンド数：2・4・15R×9C ●確変突入率：55%（2R確変含む）●タイプ：全大当り終了後30回時短

CRベルサイユのばらII ST4

エース電研

©池田理代子プロダクション

●大当り確率：1／99.25 ●賞球数：3&10&14 ●ラウンド数：4R×9C ●確変突入率：55.83% ●タイプ：全大当り終了後40回時短

CR華牌・井出洋介の華麗なる麻雀PK

奥村遊機

©井出洋介／μ／X-nauts

●大当り確率：1/97.25 ●賞球数：3&4&15 ●ラウンド数：5R×9C ●確変突入率：68.9% ●タイプ：15～40回・50回・100回転のランダム時短、確変継続抽選

CR黄金ハンターSTF

奥村遊機

©2005 Okumura Yu-ki Co.,Ltd

●大当り確率：1/91.8 ●賞球数：4&15●ラウンド数：4R×9C ●確変突入率：100% ●タイプ：確変5回転 時短20・50回転

CRニューマジカルランプ
ニューマジカルランプFD

奥村遊機

●大当り確率：1/179 ●賞球数：5&13 ●カウント数：左肩及び中央上普通電動役物5カウント 中央下普通電動役物6カウント●タイプ：一般電役機

遊パチ大図鑑

アビリット
エース電研
奥村遊機

CR新・弥次喜多ワールド

奥村遊機

●大当り確率：1/79.25 ●賞球数：5&10&14 ●ラウンド数：6R×9C ●タイプ：時短20・50回転 突然時短は100回転

CR新・弥次喜多STF

奥村遊機

●大当り確率：1/90.3 ●賞球数：3&4&10&15 ●ラウンド数：4R×9C ●確変突入率：83.3% ●タイプ：確変5回転 時短55回転 突然時短は100回転

CRひらけ! こぶ茶バンド ひらけ! こぶ茶バンド

奥村遊機

●賞球数：10 ●タイプ：普通機 ALL10

浮浪雲ワールド

奥村遊機

●大当り確率：1/79.3 ●賞球数：4&5&10&15 ●ラウンド数：2・5R×9C ●タイプ：時短20〜100回転

CR浮浪雲TK72J

奥村遊機

●大当り確率：1/89.8 ●賞球数：3&4&10&15 ●ラウンド数：2・5R×9C ●確変突入率：72% ●タイプ：時短30〜50回転

CR笑ゥせぇるすまん3 PK

奥村遊機

●大当り確率：1/89.67 ●賞球数：3&4&10&13 ●ラウンド数：2・5R×9C ●確変突入率：55% ●タイプ：時短40回転、確変継続抽選

CRこぶ茶バンド地球防衛隊編ST5QY

奥村遊機

●大当り確率：1／89.67 ●賞球数：3&4&10&15 ●ラウンド数：4・15R×9C ●確変突入率：100%（5回転まで甘モード）●タイプ：『5回転の甘モード』終了後95回転・45回転・0回転時短

CRはね物マジンガーZ はね物マジンガーZ

奥村遊機

●賞球数：3&10 ●ラウンド数：3・8・16R×10C ●タイプ：第2種タイプ

CR解体屋ゲンW

奥村遊機

●大当り確率：1/89.7 ●賞球数：4&10&13 ●ラウンド数：5R×9C ●確変突入率：全図確変（100%）●タイプ：確変5回転 時短0回・25回転・95回転

CRセクシースパイ杉本彩W

奥村遊機

●大当り確率：1／81.8 ●賞球数：3&4&10&15 ●ラウンド数：4R×9C ●確変突入率：100%（4回転まで甘モード）●タイプ：『4回転の甘モード』終了後20回転時短

CRマジンガーZ対グレートマジンガーX

奥村遊機

●大当り確率：1／93.4 ●賞球数：3&4&10&15 ●ラウンド数：2・4R×9C●確変突入率：100%（2R確変含む）●タイプ：確変継続抽選確率12／13、全大当り終了後50回転時短

こぶ茶バンド地球防衛隊編ワールド

奥村遊機

●大当り確率：1／79.25 ●賞球数：3&5&10&14 ●ラウンド数：5・10R×9C ●タイプ：全大当り終了後30・50回時短

奥村遊機

CRぱちんこスカイボートZ1

京楽産業・

●賞球数：10 ●タイプ：普通機 ALL10

CRぱちんこ怒ッ火山TR
ぱちんこ怒ッ火山KR

京楽産業・

●大当り確率：1/7.96 ●賞球数：5&10&15 ●ラウンド数：2・15R×9C ●タイプ：全ての大当り終了後チャンスタイム突入(図柄変動5回転まで)

CRぱちんこ仮面ライダー羽根モノXW
ぱちんこ仮面ライダー羽根モノHW

京楽産業・

©石森プロ・東映

●賞球数：5&10 ●ラウンド数：1・3・7・15R×10C ●タイプ：第2種タイプ ラウンド中に昇格あり

CR羽根ぱちんこウルトラセブンW1

京楽産業・

©1967円谷プロ ©2006円谷プロ

●大当り確率：1／115.67 ●賞球数：3&4&10 ●ラウンド数：1・2・7・14R×9C ●バトル継続率：80% ●タイプ：第1種・第2種複合タイプ 全大当り終了後100・7・0回時短

CRぱちんこチェッカーズSTF1

京楽産業・

©THREE STAR PRO

●大当り確率：1/97.7 ●賞球数：3&4&12 ●ラウンド数：7R×9C ●確変突入率：100% ●タイプ：確変4回転、時短16回or96回転

CRぱちんこたぬ吉くん4個返しバージョン
CRぱちんこたぬ吉くん3個返しバージョン

京楽産業・

●大当り確率：1/397（第1種大当り確 率）●4個返しバージョン 賞球数:4&10、3個返しバージョン 賞球数：3&4&10 ●ラウンド数：1・3・5・7・15R×10C ●タイプ：第1種・第2種複合タイプ たぬ吉チャンス次回大当りor100回転まで

CR寿司だニャンST-FC

銀座

©Sammy

●大当り確率：1／99.1 ●賞球数：3&13 ●ラウンド数：4・8R×8C ●タイプ：全大当り終了後49回時短

CR1・2の三四郎ST

銀座

©小林まこと／講談社 ©Sammy

●大当り確率：約1/80 ●賞球数：3&13●大当り確率：約1/99 ●賞球数：4&13&15 ●ラウンド数：4R×9C ●確変突入率：100% ●タイプ：確変4回転 時短54回転

CR満月の夜に昇天したいSTA

銀座

©FeiFei e-frontier,inc.／Blue Moon Studio inc.2006／©Sammy

●大当り確率：約1/99 ●賞球数：3&13&15 ●ラウンド数：4・13R×10C ●確変突入率：100% ●タイプ：確変4回転 時短41回転

CRザ・レスキュードッグST

サミー

©Sammy ©Licensed by THE RESCUE DOG PROJECT

●大当り確率：約1/99 ●賞球数：4&13&15 ●ラウンド数：4R×10C ●確変突入率：100% ●タイプ：確変4回転 時短20or100回転

CRチョロQターボ

サミー

©TAKARA CO.,LTD.2005 ©Sammy

●大当り確率：約1/99 ●賞球数：3&13&15 ●ラウンド数：4・7R×10C ●確変突入率：100% ●タイプ：3、7図柄およびハネモノチャンス中にVゾーン通過大当り終了後時短100回転

CRチョロQST

サミー

©TAKARA CO.,LTD.2005 ©Sammy

●大当り確率：約1/99 ●賞球数：3&13&15 ●ラウンド数：4R×10C ●確変突入率：100% ●タイプ：確変4回転・時短56回転

CR OH!アニモー

サミー

©Sammy

●賞球数：5&7&15 ●タイプ：普通機

CRガッチャマンSTVA

サミー

©タツノコプロ ©BANPRESTO ©Sammy

●大当り確率：約1/79.2 ●賞球数：3&13&15 ●ラウンド数：4R×10C ●確変突入率：100% ●タイプ：確変4回転・時短41回転。ただし通常時からのチャンスゾーン突入（当り）時を除く。

CR北斗の拳STV

サミー

©武論尊・原哲夫／NSP ©Sammy

●大当り確率：約1/80 ●賞球数：3&13&15 ●ラウンド数：4R×10C ●確変突入率：100% ●タイプ：チャンスゾーン終了後時短41回転。ただし通常時からのチャンスゾーン突入（当り）時を除く。

CRフィーバースーパースタジアムMR

SANKYO

●大当り確率：1/97.5 ●賞球数：3&4&10&15 ●ラウンド数：4R×9C ●確変突入率：100% ●タイプ：確変4回転終了後25%で時短96回転

CRミラクルカーペットSP ミラクルカーペットDX

SANKYO

●賞球数：CRミラクルカーペットSP 3&5&10、ミラクルカーペットDX 5&10 ●ラウンド数：3・8・16R×9C ●タイプ：第2種タイプ

CRうちのポチSP うちのポチDX

SANKYO

●賞球数：10 ●タイプ：普通機 ALL10

CRセブンズロックGQ

サンセイアールアンドディ

●大当り確率：1/54.9 ●賞球数：3&10&13 ●ラウンド数：3・15R×9C ●確変突入率：1/8 ●タイプ：確変終了時、時短中大当り後100回転時短

CRドッカンレックスSP ドッカンレックスDX

SANKYO

●大当り確率：1／97.67 ●賞球数：5&10&11 ●ラウンド数：8R×10C ●タイプ：第2種タイプ 10C消化または羽根が36回開放で終了

CR志村ワールドGP 志村ワールドEX

SANKYO

©イザワオフィス

●大当り確率：1/260.5（第1種大当り確率）●賞球数：5&10 ●ラウンド数：3・8・15R×8C ●タイプ：第1種・第2種複合タイプ 大当り終了後時短10回転

サミー

SANKYO

サンセイアールアンドディ

CR.FerrariBHWR

サンセイアールアンドディ

©Produced under licensed of Ferarri Spa.FERARRI,the PRACING HORSE device,all associated logos and distinctive designs are trademarks of Ferarri Spa.the body design of the Ferarri cars are protected as Ferarri property under design,trademark and trade dress regulations.

●大当り確率：1／77.75 ●賞球数：3&4&7&14 ●ラウンド数：2・4・16R×9C ●フルスロットルモード突入率：24% ●タイプ：通常大当り終了後5・11・33・55・77回時短 フルスロットルモード突入時の大当り後は100回時短

CRパチクエBA

サンセイアールアンドディ

●大当り確率：1/99.3 ●賞球数：3&4&10 ●ラウンド数：2・8R×8C ●勇者覚醒突入率：25.5% ●タイプ：勇者覚醒モード突入時の大当り後50回

CRかぐや物語BW

サンセイアールアンドディ

●大当り確率：1/99.3 ●賞球数：4&4&10&14 ●ラウンド数：4・15R×9C ●確変突入率：100%（5回転）●タイプ：確変終了後15回・45回時短

CRGO!GO!マリンS7ST

三洋物産

●大当り確率：1/99.25 ●賞球数：3&5&10&15 ●ラウンド数：6R×9C（奇数図柄）3R×9C(偶数図柄)●確変突入率：100% ●タイプ：確変5回転 時短45回転

パーラー星人M7

三洋物産

●賞球数：5&10 ●ラウンド数：1・7・15R×10C ●タイプ：第2種タイプ

CR.FerrariPHW

サンセアールアンドディ

●大当り確率：1／69.25 ●賞球数：6&10 ●ラウンド数：2・4・16R×9C●タイプ：大当り終了後5・11・33・55・77・99回時短

CRバードカーニバルSSB

三洋物産

●大当り確率：1／99.7 ●賞球数：3&4&10&12 ●ラウンド数：2・4・15R×8C ●確変突入率：100%（トリスロタイム〔確変10回転〕・お祭りラッシュ〔確変10回転＋時短90回転〕）●タイプ：お祭りラッシュ突入時のみ確変10回転＋時短90回転

CR激流王

三洋物産

●大当り確率：1／120.2 ●賞球数：3&10 ●ラウンド数：9・16R×9C ●タイプ：第1種・第2種複合タイプ

CRアメリカンドリームSAH

三洋物産

●大当り確率：1／99.25 ●賞球数：3&4&10&12 ●ラウンド数：2・4・6R×8C ●確変突入率：70% ●タイプ：全大当り終了後20回時短

CRチビ太のここで一発J10

大一商会

●大当り確率：1/375.5（第1種大当り確率）●賞球数：4&9&10 ●ラウンド数：2・8・15×10C ●タイプ：第1種・第2種複合タイプ　大当り終了後に時短10回転

CRイヤミのここで一発 イヤミのここで一発

大一商会

●賞球数：3&10 ●ラウンド数：2・8・16×10C ●タイプ：第2種タイプ

CRテレサ・テンKS

大一商会

●大当り確率：1/99.8 ●賞球数：3&4&10&14 ●ラウンド数：5R×9C ●確変突入率：55% ●タイプ：時短20回転

CR中森明菜・歌姫伝説CX

大一商会

●大当り確率：1/99.3 ●賞球数：3&4&10&13 ●ラウンド数：4・15R×9C●確変突入率：50% ●タイプ：時短30回転

CRダイナマイトクイーン

大一商会

●大当り確率：1/99.3 ●賞球数：3&9&10 ●ラウンド数：2・10R×9C ●確変突入率：70% ●タイプ：確変終了後時短30回転

CR所さんのすんごいパチンコ台KS

大一商会

●大当り確率：1/99.3 ●賞球数：3&10&14 ●ラウンド数：2・5R×9C ●確変突入率：51% ●タイプ：時短50回ただし時短中は100回転

CR湘南爆走族"学園編"

大一商会

●大当り確率：1／43.667（メイン図柄当り確率）1／173.5（ミニデジタル大当り確率）●賞球数：4&10&12&15 ●ラウンド数：15R×9C ●タイプ：第1種・第3種複合タイプ V入賞大当り後2回転時短 図柄大当り後12回時短

CR湘南爆走族"爆走編"

大一商会

●大当り確率：1／54.5（メイン図柄当り確率）1／173.5（ミニデジタル大当り確率）●賞球数：4&10&12&15 ●ラウンド数：15R×9C ●タイプ：第1種・第3種複合タイプ V入賞大当り後2回転時短 時短中のV入賞大当りまたは図柄大当り後5回時短

CR開け！チューリップS 開け！チューリップS

大一商会

●賞球数：13 ●タイプ：普通機 ALL13

CR演歌の歌姫 八代亜紀ACX

タイヨーエレック

●大当り確率：1/97.7 ●賞球数：3&4&10&14 ●ラウンド数：5R×9C ●確変突入率：100% ●タイプ：ST5回転後、時短20回or50回転

CR Gメン'75 KS

大一商会

●大当り確率：1／99.8 ●賞球数：3&10&13 ●ラウンド数：5R×9C ●確変突入率：60% ●タイプ：5Rの大当り終了後30回時短

CR新レレレにおまかせ！ 新レレレにおまかせ！GX

大一商会

●大当り確率：1／398.5（第1種大当り確率）●賞球数：5&10 ●ラウンド数：3・4・5・6・7・8・16R×9C ●タイプ：第1種・第2種複合タイプ

CR超神の剣CX

タイヨーエレック

●大当り確率：1/97.7 ●賞球数：3&4&10&13 ●ラウンド数：2R・5R×9C ●確変突入率：63.3% ●タイプ：通常当り後時短20回or50回転

CR大陸物語CX

タイヨーエレック

●大当り確率：1/97.7 ●賞球数：3&4&10&14 ●ラウンド数：5R×9C ●確変突入率：100% ●タイプ：ST5回転後、時短95回転orなし

CR五右衛門CX

タイヨーエレック

●大当り確率：1/97.7 ●賞球数：3&4&10&14 ●ラウンド数：2R・5R×9C ●確変突入率：69.2% ●タイプ：時短なし

CRチューリップ物語

大和製作所

●大当り確率：1／30.1 ●賞球数：13 ●タイプ：ドットデジタル変動

CR五右衛門SR

タイヨーエレック

●大当り確率：1／58.1 ●賞球数：3&4&10&13 ●ラウンド数：3・15R×9C ●大盤振舞継続率：82.7% ●タイプ：全大当り終了後100回時短

CRスタートレックACX

タイヨーエレック

●大当り確率：1／109.7 ●賞球数：5&3&10&12 ●ラウンド数：5・15R×9C ●確変突入率：40% ●タイプ：全大当り終了後40回時短

大一商会　タイヨーエレック　大和製作所

CR俺たち三羽鴉FK

高尾

©具志堅 ©輪島商司 ©太田プロ

●大当り確率：1／89.548 ●賞球数：3&4&10&12 ●ラウンド数：7R×8C●確変突入率：76.67%（2R確変含む） ●タイプ：全大当り終了後30・20回時短

CRロッキー&ホッパーNYS

高尾

©POLYGON PICTURES

●大当り確率：1/109.4 ●賞球数：4&13&15 ●ラウンド数：最大16R×6C ●タイプ：一般電役機

CRキックの鬼FK

高尾

●大当り確率：1/109 ●賞球数：3&10&13 ●ラウンド数：6R×8C ●確変突入率：100% ●タイプ：大当り終了後時短20回転（確変8回転含む）

CRホワイトエンジェルVS

豊丸産業

©artist house PYRAMID

●大当り確率：1/99.25 ●賞球数：3&10&14 ●ラウンド数：2R・5R×7C ●確変突入率：100% ●タイプ：4回1セット 1セット終了後 時短50回or100回転

CRデラマイッタシルバーV

豊丸産業

●大当り確率：1/97.3 ●賞球数：3&10&15 ●ラウンド数：2・7・15R×9C ●確変突入率：100% ●タイプ：初当り後10%で100回転のスーパーマジックタイム

CRナナシーゲットF

豊丸産業

●大当り確率：コイン図柄1/143、ゲット図柄1/146 ●賞球数：3&10&15 ●ラウンド数：NANA（DOLLAR）電チュー：4C、SEVEN電チュー：6C、アタッカー：7C ●タイプ：一般電役機

CRレッドライオンS

西陣

●賞球数：5&10 ●ラウンド数：15R×10C ●タイプ：第2種タイプ

CR三国覇王伝TKS

竹屋

●大当り確率：1／98.5 ●賞球数：3&4&10&13 ●ラウンド数：5R×9C ●確変突入率：50%（2R確変含む） ●タイプ：33・66・99回時短

CRやすしきよし333

豊丸産業

©吉本興業

●大当り確率：1/99.1 ●賞球数：3&10 ●ラウンド数：2R・8R×9C ●確変突入率：100% ●タイプ：時短30回、70回、333回転

CR紅外伝GL

西陣

©POLYGON PICTURES

●大当り確率：1/119.7 ●賞球数：4&10&15 ●ラウンド数：4R×9C ●確変突入率：50% ●タイプ：時短50回転

CR花いちNH

西陣

●大当り確率：1/123.8 ●賞球数：3&10&14 ●タイプ：一般電役機

CRウッチャンナンチャンGL

西陣

©MASEKI

●大当り確率：1/109 ●賞球数：4&10&13 ●ラウンド数：4R×9C ●確変突入率：50% ●タイプ：時短50回転

CR小柳ルミ子GL

西陣

©TEMPTATION Co.,ltd.

●大当り確率：1/73 ●賞球数：3&10&10 ●ラウンド数：6R×9C ●確変突入率：40％ ●タイプ：時短50回転

CRジャッキー・チェンGL

西陣

©JACKIE CHAN

●大当り確率：1/109 ●賞球数：4&10&13 ●ラウンド数：4R×9C ●確変突入率：50％ ●タイプ：時短50回転

CR春夏秋冬GL

西陣

●大当り確率：1/97.7 ●賞球数：4&10&14 ●ラウンド数：4・16R×9C ●確変突入率：100％ ●タイプ：確変5回転・時短20回or50回転

CR女の華道RSM

西陣

●大当り確率：1／199.3（第1種大当り確率） ●賞球数：3&8&10 ●ラウンド数：3・7・16R×9・10C ●タイプ：第1種・第2種複合タイプ 全大当り終了後20回時短

CR幻魔大戦GL

西陣

©1983角川ヘラルド映画

●大当り確率：1／97.7 ●賞球数：3&10&13 ●ラウンド数：4・16R×9C●確変突入率：100％（8回転まで覚醒モード） ●タイプ：覚醒モード終了後赤図柄42回時短 青図柄12回時短

CR爆走R241羽根物RSZ
爆走R241羽根物RSTG

西陣

●賞球数：3&10&11 ●ラウンド数：3・7・16R×10C ●タイプ：第2種タイプ

CRじゃぶじゃぶビートRSD80F

ニューギン

●大当り確率：1/99.8 ●賞球数：3&4&9&10 ●ラウンド数：5・15R×9C ●確変突入率：80％ ●タイプ：全ての大当り終了後時短50回転

CRキカイダーVSハカイダーRSW

西陣

●賞球数：8 ●ラウンド数：10・16R ●タイプ：オール10

CRダンスブレイクEH

西陣

●大当り確率：1／97.67 ●賞球数：6&10&15 ●電チュー・上アタッカー・下アタッカー開放時間：5.8秒×1回または4個カウントまで ●タイプ：一般電役タイプ

CRコント55号NF67

ニューギン

©浅井企画 ©NTV／スタジオロータス ©TBS

●大当り確率：1/95.75 ●賞球数：3&4&10&15 ●ラウンド数：5R×6C ●確変突入率：67％ ●タイプ：全ての大当り終了後時短30回転

CR極上パロディウスNCE80F

ニューギン

©1988 KONAMI ©2006 KPE

●大当り確率：1/94.33 ●賞球数：4&10&11&15 ●ラウンド数：5R・16R×9C ●確変突入率：80％ ●タイプ：確変8回転 全ての大当り終了後時短50回転

CRワンダフルポリスR

ニューギン

●大当り確率：1/299.8（第1種大当り確率）●賞球数：3&5&10&15 ●ラウンド数：2・8・16R×9C ●タイプ：第1種・第2種複合タイプ 第1種大当り終了後に時短100回転

CR海底少年マリンNCE54

ニューギン

©インターフォース

●大当り確率：1/99.25 ●賞球数：3&6&7&12 ●ラウンド数：2・5R×9C ●確変突入率：54%うち2R確変突入率は7% ●タイプ：全ての大当り終了後時短50回転

CRウルトラQ-5 ウルトラQ-5

ニューギン

©1996 円谷プロ ©2006 円谷プロ

●大当り確率：1/299.5（第1種大当り確率）●賞球数：4&5&10&13 ●ラウンド数：2・8・16R×9C ●タイプ：第1種・第2種複合タイプ 第1種タイプ大当り終了後に100回転

CRチューリップ8 チューリップ8

ニューギン

●賞球数：8 ●タイプ：普通機 ALL8

CRドルフィンダイブW

藤商事

●大当り確率：1/97.7 ●賞球数：3&4&10&15 ●ラウンド数：2・4R×9C ●確変突入率：46% ●タイプ：時短50回転

CR Wink ST4F

ビスティ

©polystar co.,ltd

●大当り確率：1／99.2 ●賞球数：3&4&10&15 ●ラウンド数：4R×10C●確変突入率：100%（4回転まで）●タイプ：56回時短

CR Wink ST4FR

ビスティ

©polystar co.,ltd

●大当り確率：1／99.2 ●賞球数：3&4&10&10 ●ラウンド数：5・10・15R×9C ●確変突入率：100%（4回転まで）●タイプ：46回時短

CRサバンナキングPJ

平和

●大当り確率：1/99.2 ●賞球数：3&4&10&14 ●ラウンド数：5・10R×9C ●確変突入率：100% ●タイプ：確変転落率1/6.5 偶数大当り後時短20回 奇数大当り後時短100回

CRあま10X

藤商事

●賞球数：10 ●タイプ：オール10

CRピンクパンサーⅡ W

藤商事

●大当り確率：1／97.67 ●賞球数：3&10&12 ●ラウンド数：5・10R×9C●確変突入率：40% ●タイプ：全大当り終了後50回時短

CRマハラジャPJ

平和

©2006イディア

●大当り確率：1/99.2 ●賞球数：3&10&15 ●ラウンド数：4R×9C ●確変突入率：50%（2R確変含む）●タイプ：時短50回転

スキージャンプ・ペア入門編

平和

©Riichiro Mashima／IDIOTS

●大当り確率：1/89.75 ●賞球数：4&3&10&13 ●ラウンド数：5R×9C 6R×10C ●タイプ：時短金100回・銀50回・銅30回転

CRスキージャンプ・ペア初級編

平和

©Riichiro Mashima／IDIOTS

●大当り確率：1/99.25 ●賞球数：4&3&10&14 ●ラウンド数：5R×9・10C ●確変突入率：100% ●タイプ：時短金100回・銀50回・銅30回転 確変転落率1/6.5

CRマリンアタック

平和

©avex entertainment inc.

●大当り確率：1／397（第1種大当り確率）●賞球数：4&9&12 ●ラウンド数：3・8・16R×9C ●タイプ：第1種・第2種複合タイプ 16R大当り終了後100回時短

CRジョブレースPJ

平和

©2006 TEAM ESAKA／CW

●大当り確率：1/99.25 ●賞球数：4&3&10&14 ●ラウンド数：5R×9C ●確変突入率：100% ●タイプ：確変転落率1/6.5 青図柄大当り終了後時短30回転 赤図柄大当り終了後時短70回転

ひらけ! ペンギンアイランド

平和

●賞球数：10 ●タイプ：ALL10

CRファイブドラゴンA72

マルホン工業

●大当り確率：1/40.1小当37.7 ●賞球数：3&10&15 ●ラウンド数：3R×10C ●確変突入率：100% ●タイプ：3回セット・1セット終了後時短50回転

CRファイブドラゴンZ83

マルホン工業

●大当り確率：1/40.1小当57.7 ●賞球数：3&10&15 ●ラウンド数：3R×10C ●確変突入率：100% ●タイプ：3回セット・1セット終了後時短70回転

CR粋だね！サブちゃんPJ

平和

©北島音楽事務所

●大当り確率：1／97.7 ●賞球数：4&4&10&14 ●ラウンド数：5・15R×9C ●確変突入率：36% ●タイプ：大当り終了後36回時短

CR PRINCESS TENKO HD

マルホン工業

©PRINCESS TENKO

●大当り確率：1／99.3 ●賞球数：3&4&10&15 ●ラウンド数：4R×10C●確変突入率：100% ●タイプ：確変終了後56回時短

CRビックリマン2000ST

マルホン工業

©ロッテ／ビックリマンプロジェクト

●大当り確率：1/86.8 ●賞球数：3&4&10&14 ●ラウンド数：2・5R×9C ●確変突入率：100% ●タイプ：確変4回転　時短46回転

CRアクアポリス2CT

マルホン工業

©M.ESAKA／CW

●大当り確率：1/99.7 ●賞球数：3&4&10&14 ●ラウンド数：3・10・16R×9C ●確変突入率：100% ●タイプ：全ての大当り終了後確変15回転 確変中の大当り後時短100回転

CRすたこらレーサーST

マルホン工業

©FRANK ZAKKA

●大当り確率：1／86.8 ●賞球数：3&4&10&14 ●ラウンド数：2・5R×9C●確変突入率：100% ●タイプ：確変終了後46回時短

CRすたこらレーサーFD

マルホン工業

©FRANK ZAKKA

●大当り確率：1／89.8 ●賞球数：3&4&10&13 ●ラウンド数：4・15R×9C ●確変突入率：16.7% ●タイプ：確変中または時短中の非確変図柄大当り終了後100回時短

CRすたこらレーサーNS

マルホン工業

©FRANK ZAKKA

●大当り確率：1／46.8 ●賞球数：3&4&10&13 ●ラウンド数：3R×9C ●確変突入率：100% ●タイプ：確変中または時短中大当り終了後70回時短

平和

マルホン工業

遊パチ パチスロ編

2006年11月30日の時点で確認できた
5号機70機種を一挙公開。

PACHISLOT

信長の野望・天下創世

ジアイヤジーパティーン

●ボーナスのタイプ(平均純増枚数):BB(350枚)/RB(110枚)●RT機能:なし●出玉率:未発表●特徴:液晶演出の総数はなんと25万通り。小役との「同時抽選機能」搭載。

カリブの海賊 ※パロット

アトム

●ボーナスのタイプ(平均純増枚数):BB(1750個)/RB(210個)●RT機能:なし●出玉率:105.3%(設定6)~97.9%(設定1)●特徴:平常時、ボーナス時ともに目押し不要。ドット表示のチャンス演出もわかりやすい。

リンダの狙いうち

ジアイヤジーパティーン

●ボーナスのタイプ(平均純増枚数):BB(約305枚)/CT(約220枚)/RB(約100枚)●RT機能:うららタイム33G(スイカ)77G(チェリー)●出玉率:未発表●特徴:チェリーとスイカがRT突入契機になる。

逮捕しちゃうぞ

ジアイヤジーパティーン

●ボーナスのタイプ(平均純増枚数):BB・ループボーナス(360枚)/RB(100枚)●RT機能:ループボーナス後次回ボーナス成立まで。●出玉率:未発表●特徴:アニメやドラマ化され根強い人気マンガのタイアップ機。

大山鳴動 漢みちスロ

WIN NET TECHNOLOGY

●ボーナスのタイプ(平均純増枚数):BB(416枚)/RB(206枚)/SB(26枚)●RT機能:4種類のSBのうち2種類に200Gor20G●出玉率:106.7%(設定6)~95.0%(設定1)●特徴:ボーナスは業界初の6種類。

怪胴王

アリストクラートテクノロジーズ

●ボーナスのタイプ(平均純増枚数):BB(約310枚)/CT(約100枚)●RT機能:爆チャンタイム搭載●出玉率:未発表●特徴:AT機能を採用した5号機。ATは3択の15枚小役をナビゲーション。

スロ原人

アビリット

●ボーナスのタイプ(平均純増枚数):BB(約280枚)/CT(最大120枚)●RT機能:BB後50G、CT後20G●出玉率:未発表●特徴:小役とボーナスの同時抽選機能で、通常時のメイン小役のベルが高確率に。

ザ・キング・オブ・ファイターズ

プレイモア SNK

©SNK PLAYMORE

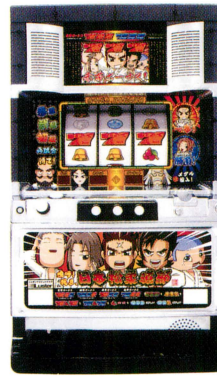
●ボーナスのタイプ(平均純増枚数):BB(赤330枚・青220枚・白110枚)●RT機能:すべてのボーナス後50G●出玉率:未発表●特徴:ボーナス絵柄は色違いの7のみ。リプレイタイム50G完走で約35枚、コインが増える。

スーパーお父さん

プレイモア SNK

©SNK PLAYMORE

●ボーナスのタイプ(平均純増枚数):BB(280枚)/CB(108枚)●RT機能:ボーナス後チャンスゾーンを経由して最大30GのRT●出玉率:未発表●特徴:ループ率67%のRTの連打で大量獲得も?

嗚呼! 我ら、日本松柔道部

WIN NET TECHNOLOGY

©WIN NET TECHNOLOGY

●ボーナスのタイプ(平均純増枚数):BB(312枚)●RT機能:赤7ボーナス後777G●出玉率:未発表●特徴:RTの純増は1Gあたり0.9枚。完走時には、ボーナスストックの可能性が高く、一撃大量獲得も可能。

餓狼伝説

プレイモア SNK

©SNK PLAYMORE

●ボーナスのタイプ(平均純増枚数):赤7(273枚)/白7(182枚)/青7(104枚)●RT機能:AT餓狼チャンス●出玉率:未発表●特徴:AT「餓狼チャンス」は、左リールの3択(5枚小役)をナビ。1000円あたり約80プレイの高ベース状態。

球児

プレイモア SNK

©SNK PLAYMORE

●ボーナスのタイプ(平均純増枚数):BB(白7/161枚・赤7/204枚)●RT機能:50G(白7ビッグ後)●出玉率:未発表●特徴:イートレックジャパンと共同開発。合成確率は設定1でも1/184と高め。

花盛

プレイモア SNK

©SNK PLAYMORE

●ボーナスのタイプ(平均純増枚数):BB(270枚)/CB(96~107枚)●RT機能:ビッグボーナス後50G●出玉率:未発表●特徴: RTは1/497で通常時にも発生。この間にボーナスを引けば、ボーナス終了後から50GのRTに上書き。

はいさい潮姫

エレコ

©2005 ARUZE CORP.

●ボーナスのタイプ(平均純増枚数):CB(238枚)●RT機能:なし●出玉率:未発表●特徴:すべてのリールを埋め尽くす3連7絵柄が新鮮。液晶画面のハイビスカスが光ればボーナスが確定する完全告知タイプ。

サクラ大戦

エレコ

©SEGA ©RED イラスト/藤島康介 ©2005 ARUZE CORP.

●ボーナスのタイプ(平均純増枚数):BB(スーパー370枚・ノーマル275枚)/RB(100枚)●RT機能:なし●出玉率:未発表●エレコ初の5号機。ツインビッグ搭載、多彩な演出が特徴。

デビルマン

エレコ

©2005 永井豪/ダイナミック企画 ©2005 ARUZE CORP.

●ボーナスのタイプ(平均純増枚数):BB(300枚)/RB(96枚)●RT機能:ビッグボーナス後100G●出玉率:未発表●特徴:設定が1と6の2種類のみ。ボーナス後のRTは100Gで80枚の純増。

WIN NET TECHNOLOGY
プレイモア SNK
エレコ

剣豪！武蔵

エレコ

©2006 ARUZE CORP.

●ボーナスのタイプ（平均純増枚数）：BB（赤300枚・青250枚）／RB（110枚）●RT機能：すべてのビッグボーナス後100G●出玉率：未発表●特徴：RT中は100G固定で純増約80枚。

BE-BOP

エレコ

©愛徳商事・きうち かずひろ ©2006 ARUZE CORP.

●ボーナスのタイプ（平均純増枚数）：BB（230枚）／CB（168枚）●RT機能：すべてのビッグボーナス後100G●出玉率：未発表●特徴：RT中は100G完走で約60枚コインが増える。設定は1と6の2種類のみ。

キューティーハニー

エレコ

©2005 永井豪／ダイナミック企画 ©2005 ARUZE CORP.

●ボーナスのタイプ（平均純増枚数）：BB（230枚）●RT機能：すべてのビッグボーナス後最大500G●出玉率：未発表●特徴： RTは完走すれば約250枚の純増。設定は1と6の2種類のみ。

電撃フランケン

エレコ

©2006 ARUZE CORP.

●ボーナスのタイプ（平均純増枚数）：BB（230枚）／RB（102枚）●RT機能：BB後150G●出玉率：未発表●特徴：1・4・6の3段階設定。ボーナス当選率約50％のリプレイタイム「GHOST GAME」が特徴。

ちゅら姫SUN

エレコ

©2006 ARUZE CORP.

●ボーナスのタイプ（平均純増枚数）：BB（333枚）／CB（238枚）●RT機能：なし●出玉率：未発表●特徴：大画面液晶で完全告知。スタート時に蝶が動けばボーナス確定。蝶が出現して静かに羽を動かしたらアツい。

ロックユークイーン

エレコ

©2006 Queen Productions Limited Produced by XeNN inc.
©2006 ARUZE CORP.

●ボーナスのタイプ（平均純増枚数）：CB（青7・QUEEN各200枚）●RT機能：QUEEN揃いボーナス終了後、1000Gまたはボーナス当選まで●出玉率：未発表●特徴：RTタイムは100プレイで40枚純増する。

格闘激戦区

エレコ

©2006 ARUZE CORP.

●ボーナスのタイプ（平均純増枚数）：BB（約234枚）／CT（約112枚）●RT機能：BB後30G、CT後10G ロングRT150G●出玉率：未発表●特徴：150プレイ継続するロングRT「RTG」にはレアリプレイから突入。

らくちん沖姫

エレコ

©2006 ARUZE CORP.

●ボーナスのタイプ（平均純増枚数）：BB（238枚）●RT機能：前兆RT●出玉率：未発表●特徴：ボーナス完全告知マシン。ハイビスカスやパトランプの出現、シーサーなど、告知パターンは20種類以上。

クランキーコンドルX

エレコ

©2006 ARUZE CORP.

●ボーナスのタイプ（平均純増枚数）：BB（330枚）／RB（110枚）●RT機能：100G（通常時からのみ突入）●出玉率：未発表●特徴：「上段青テン」を含め2500種類以上のリーチ目を搭載。

遊パチ大図鑑

エレコ

美川

NEO-IZUMI

©美川憲一／(株)エー・ピー・プロモーション

●ボーナスのタイプ(平均純増枚数):BB(約20枚)／MB(約168枚)／RB(約96枚)●RT機能:BB後100G MB後50G●出玉率:未発表●特徴:ボーナス終了後のRTは、約60枚と30枚純増。

モエるまりんバトる

エレコ

●ボーナスのタイプ(平均純増枚数):BB(約360枚)●RT機能:BB終了後のチャレンジゾーンでチェリー入賞前にプラムを引けば33G ●出玉率:未発表●特徴:ボーナス中はチェリーの目押しで終了後のチャレンジゾーン継続のチャンスが広がる。

サンダーVスペシャル

エレコ

●ボーナスのタイプ(平均純増枚数):ボーナス3種類(335枚)(335枚)(238枚)●RT機能:ボーナス間1000G越えでRT突入●出玉率:未発表●特徴:リーチ目約3000種類。1000G間ノーボーナスでRTが発動する天井救済機能搭載。

南国娘

オリンピア

●ボーナスのタイプ(平均純増枚数):BB(205枚)／RB(105枚)●RT機能:ビッグ終了後 50G●出玉率:未公表●特徴:RT中は約30枚の純増。「育ち」の3回目のJACゲーム同様、RTの最後の8Gは超激アツゾーン。

ジャックポット・トロピカルバージョン

岡崎産業

●ボーナスのタイプ(平均純増枚数):BB(329枚)／RB(104枚)●RT機能:なし●出玉率:未発表●特徴:筐体上部に巨大ハイビスカスの役物を搭載し、光ればボーナス確定。伝統のリーチ目「リプレイテンパイはずれ」搭載。

小野真弓のかわいい日本昔話

オーイズミ

©Sun Music

●ボーナスのタイプ(平均純増枚数):BB(275枚)／MB(200枚)／RB(100枚)●RT機能:なし●出玉率:109.2%(設定6)~97.1%(設定1)●特徴:ボーナスは3種類搭載。小役とボーナスの同時抽選機能を採用。

ランブルローズ

KPE

©2005 Konami Digital Entertainment Co.,Ltd. ©2006 KPE

●ボーナスのタイプ(平均純増枚数):BB(300枚)／RB(100枚)／CB(170~200枚)●RT機能:なし●出玉率:110%(設定6)~95%(設定1)●特徴:CBは目押し成功率によって獲得枚数変わる技術介入要素あり。

アイムジャグラー

北電子

©KITADENSHI

●ボーナスのタイプ(平均純増枚数):BB(325枚)／RB(104枚)●RT機能:なし●出玉率:未発表●特徴:初代ジャグラーから受け継がれる完全告知機能「GOGO!CHANCE」ランプは健在。

めぞん一刻

オリンピア

©高橋留美子／小学館

●ボーナスのタイプ(平均純増枚数):スーパーBB(265枚)／ノーマルBB(200枚)／RB(100枚)●RT機能:スーパーBB後159G、ノーマルBB後51G●出玉率:未発表●特徴:スーパーBB連続獲得で名シーンが次々と展開される。

エレコ
NEO-IZUMI
オーイズミ
岡崎産業
オリンピア
北電子
KPE

クラッシュ・バンディクー

サミー

●ボーナスのタイプ（平均純増枚数）：BB（約288枚）／MB（約200枚）／RB（約96枚）●RT機能：なし●出玉率：108.3%（設定6）～95.6%（設定1）●特徴：人気ゲームのタイアップ機。

出ましたハクション大魔王

サミー

●ボーナスのタイプ（平均純増枚数）：BB（約230枚）／RB（約48枚）●RT機能：30G・60G・180G・1000G●出玉率：106.23%（設定6）～95.39%（設定1）●特徴：BBは3種類で各々RT回数が異なる。

ルーニー・テューンズ バック・イン・アクション

オリンピア・ゴールド

●ボーナスのタイプ（平均純増枚数）：BB（赤300枚・青／白200枚）／CB（100枚）●RT機能：赤7終了後200G、白7終了後50G●出玉率：109.4%（設定6）～94%（設定1）●特徴：チェリー・スイカから連続演出に発展すればボーナスに期待。

CRP花月伝説R ※パロット

SANKYO

●ボーナスのタイプ（平均純増枚数）：BB（約1600個）／RB（約350個）●RT機能：100G●出玉率：未公表●特徴：2種類のビッグのうち、猪鹿蝶揃いで突入するRTは約200個玉が増える。

スパイダーマン2

サミー

●ボーナスのタイプ（平均純増枚数）：BB（約300枚）／MB（約220枚）●RT機能：BB後150G、MB後50G●出玉率：未発表●特徴：RT終了条件は、規定プレイ数消化、ボーナス成立、クモ（1枚役）獲得の3つ。

ボンバーマンビクトリー

サミー

●ボーナスのタイプ（平均純増枚数）：BB（約300枚）／RB（約43枚）●RT機能：3000G（特定の小役入賞で終了）●特徴：BB後には必ず最長3000GのRTに突入するが、3種類あるボム（2枚小役）が入賞すると終了。

ナースウィッチ小麦ちゃん

ジェイピーエス

●ボーナスのタイプ（平均純増枚数）：BB（288枚）／CB（180枚）●RT機能：両ボーナス後60G●出玉率：106.5%（設定6）～97%（設定1）●特徴：萌え系パチスロ。RT中のボーナス期待度は25%。

ドラスロ ※パロット

三協電子工業

●ボーナスのタイプ（平均純増枚数）：BB（2325個）／RB（777個）●RT機能：●出玉率：●特徴：「1ゲーム完結型」の完全告知演出により、1ゲーム毎に高まるボーナスの期待とスピーディなゲーム展開に。

バトルリーガーX

SANKYO

●ボーナスのタイプ（平均純増枚数）：BB（約270）／ボーナスゲーム（70枚）●RT機能：次回ボーナスまで継続のRTジェットゾーン●出玉率：107.5%（設定4）～94.5%（設定1）●特徴：通常中のRT高確率ゾーン「リーガーチャンス」を搭載。

ウイニングレッド-30

ジェイピーエス

●ボーナスのタイプ（平均純増枚数）：BB（288枚）／CB（144枚）●RT機能：なし●出玉率：106.5%（設定6）～97.5%（設定1）●特徴：30φ仕様は完全先告知のみの沖スロタイプ。性能は25φ仕様と同じ。

ウイニングレッド

ジェイピーエス

●ボーナスのタイプ（平均純増枚数）：BB（288枚）／CB（144枚）●RT機能：なし●出玉率：106.5%（設定6）～97.5%（設定1）●特徴：液晶画面のカーテンが開き、「ウイニングレッド7」が出現したらボーナス確定。

新造人間キャシャーン

ジェイピーエス

●ボーナスのタイプ（平均純増枚数）：BB（315枚）／CB（60枚）●RT機能：333G・777G●出玉率：105%（設定6）～98%（設定1）●特徴：通常時のミニゲームクリアでAT発動など飽きのこないゲーム性。

ニューオアシス

パイオニア

●ボーナスのタイプ（平均純増枚数）：BB（336枚）／CB（168枚）●RT機能：なし●出玉率：108%（設定6）～96%（設定1）●特徴：ハイビスカス告知は、レバーオン時、第3ボタンから指を離した時、次ゲームレバーオン時の3つ。

快盗天使ツインエンジェル

トリビー

●ボーナスのタイプ（平均純増枚数）：青7（約310枚）／赤7（約210枚）／RB12ゲームまたは8回の入賞●RT機能：70GのRTエンジェルタイム●出玉率：未発表●特徴：トリビー第1弾5号機のオリジナル「萌え系」マシン。

ぐるぐる爆侍

ジェイピーエス

●ボーナスのタイプ（平均純増枚数）：BB、おみつチャンス（275枚）／突B（120枚）●RT機能：おみつチャンス後50G、突B後100G●出玉率：107.0%（設定6）～98.0%（設定1）●特徴：ハズレ絵柄が揃ってもボーナスになる「突然ボーナス」搭載。

美麗Ⅱ

バルテック

●ボーナスのタイプ（平均純増枚数）：BB（300枚）／CB（200枚）●RT機能：なし●出玉率：未発表●特徴：ビッグ中の小役獲得時、液晶パネルがめくられ、お宝映像が見られる。

ブリチカ-30

パイオニア

●ボーナスのタイプ（平均純増枚数）：BB（260枚）／CB（219枚）●RT機能：RB後32G●出玉率：106.2%（設定6）～95.8%（設定1）●特徴：32GのRT中ボーナスを揃えると、プレミアム告知の祝福あり。

ゴールドシオ-30

パイオニア

●ボーナスのタイプ（平均純増枚数）：BB（330枚）／CB（195枚）●RT機能：なし●出玉率：106.2%（設定6）～95.6%（設定1）●特徴：第一ボタン停止時にハイビスカスランプが点灯すればビッグ確定。

コミックワールド沖

バルテック

●ボーナスのタイプ（平均純増枚数）：Easy（約351枚）（約208枚）／AT（約364枚）（約234枚）／Challenge（約380枚）（約270枚）●RT機能：小役ナビAT●出玉率：109.6％（設定6）～95.6％（設定1）●特徴：スペシャルステージは、2／3取りこぼすチェリーを100％ナビ。

じゃりン子チエ

バルテック

●ボーナスのタイプ（平均純増枚数）：BB（370枚）／RB（200枚）●RT機能：50G・100G●出玉率：未発表●特徴：人気コミックのタイアップ機。ビッグ・レギュラー各々RTありとなしの2種類ずつ。

お庭deドン！

バルテック

●ボーナスのタイプ（平均純増枚数）：BB（赤310枚・青260枚・白200枚）●RT機能：赤7ビッグ後100G●出玉率：未発表●特徴：ボーナスはビッグのみ3種類。いずれもボーナス中は目押し不要。

ロッキー・バルボア

ビスティ

●ボーナスのタイプ（平均純増枚数）：BB（約360枚）／RB（約50枚）●RT機能：30Gor 10G●出玉率：未発表●特徴：1～3ゲーム継続する「特訓演出」では、ロッキーが見事完了すればボーナス確定。

ロード・オブ・ザ・リング

ビスティ

●ボーナスのタイプ（平均純増枚数）：BB（310枚）／CB（238枚）●RT機能：なし●出玉率：未発表●特徴：スペシャルステージに移行すればボーナスの期待度大。ボーナス中は目押し不要。

新世紀エヴァンゲリオン

ビスティ

●ボーナスのタイプ（平均純増枚数）：BB（350枚）／RB（100枚）●RT機能：RB後100G（ボーナス成立まで）●出玉率：110.4％（設定6）～96.2％（設定1）●特徴：RT中は80枚程度のコイン増加が見込める。

人造人間キカイダー

平和

●ボーナスのタイプ（平均純増枚数）：BB（280枚・200枚・100枚）●RT機能：50G（レッドボーナス終了後）●出玉率：未発表●特徴：ボーナスは「レッド」「ブルー」「ブラック」の3種類。レッド終了後は、50GのRTに突入。

サンダーバードNEO

藤商事

●ボーナスのタイプ（平均純増枚数）：BB（スーパー／360枚・レギュラー／270枚）●RT機能：50G（スーパービッグ終了後）●出玉率：未発表●特徴：同時抽選機能付で、特にチェリー出現時に3GのRTに突入すればばチャンス。

大江戸漫遊記

ファースト

●ボーナスのタイプ（平均純増枚数）：BB（約413枚・80枚）／RB（12Gまたは4回の払出しで終了）●RT機能：なし●出玉率：未発表●特徴：赤7揃いのビッグは、5号機では多目の400枚を超える払出し。

日本一の桃太郎

ベルコ

●ボーナスのタイプ（平均純増枚数）：BB（312枚）／CB（221枚）●RT機能：なし●出玉率：未発表●特徴：「さるかに711」で好評だった「デジスロチャンス」を搭載。ゾロ目が出ればもちろんボーナス確定。

ゴルゴ13 THE PROFESSIONAL

BH RE IO WS A

●ボーナスのタイプ（平均純増枚数）：BB（312枚）／CB（208枚・104枚）●RT機能：なし●出玉率：未発表●特徴：RTの代わりにAT機能の「スナイパーモード」（BB後130G）と「Gモード」（平均40G）を搭載。

アクアビーナス

平和

●ボーナスのタイプ（平均純増枚数）：BB（312枚）／RB（143枚）●RT機能：前兆RT●出玉率：110.2%（設定6）〜98.0%（設定1）●特徴：レバーオン時にボーナスを完全告知する沖スロタイプ。

ジャックと豆の木

ヤーマ

●ボーナスのタイプ（平均純増枚数）：3種類のBB（350枚）●RT機能：赤7BB後300G 、BARBB後2000G●出玉率：110％（設定6）〜95％（設定1）●特徴：超ワイドリール、フルカラーバックライトなどを搭載。

平成カツヲ伝説

ヤーマ

●ボーナスのタイプ（平均純増枚数）：BB（300枚）／CB（200枚）●RT機能：なし●出玉率： 105.5％（設定6）〜95％（設定1）●特徴：プレイヤーが完全告知モードなど5つの演出モードを1ベットボタンで選択できる。

バーグラー

メーシー販売

●ボーナスのタイプ（平均純増枚数）：BB（336枚）／バーグラーチャンス（126枚）●RT機能：なし●出玉率：未発表●特徴：14枚小役の「BURGLAR」の3つ揃いと「7・BURGLAR・BURGLAR」はボーナス確定。

ど根性ガエル

ロデオ

●ボーナスのタイプ（平均純増枚数）：BB（約300枚・約200枚）／RB（12Gまたは2回の払出しで終了）●RT機能：次回ボーナス成立まで●出玉率： 未発表●特徴：スーパーBBかRB終了後各々30G・20Gの「ど根性タイム」に突入。

サクスロ

ラスター

●ボーナスのタイプ（平均純増枚数）：BB1（平均390枚）／BB2約39枚●RT機能：BB2終了後100Gの「サクゾーン」突入●出玉率：108.0％（設定6）〜96.0％（設定1）●特徴：サクこと格闘家・桜庭和志とのタイアップ機。

竹中直人のパチスロ太閤記

ラスター

●ボーナスのタイプ（平均純増枚数）：BB（304枚）／CB（119枚）●RT機能：100G（チャレンジボーナス後）●出玉率： 108.9％（設定6）〜96.4％（設定1）●特徴：ディフォルメされた竹中直人演じる豊臣秀吉が天下統一を目指す。

平和 / BH RE IO WS A / ベルコ / メーシー販売 / ヤーマ / ラスター / ロデオ

主なパチスロ4号機検定切れ期日一覧

小誌の調査によると、2007年1月以降に検定切れを迎える主なパチスロ4号機は92機種。
なお、2007年6月30日以前に検定が切れる機種は東京都公安委員会の公示日、
7月1日以降については保通協の謄本発行日を基にしている。

1月 2月 3月 4月 5月 6月 7月 8月 9月 10月

清龍ゲームジャパン
- トリプルクラウン-30R [2/28]

大一商会
- 忍者ハットリくんV [6/30]
- ハイビスカス [6/30]
- おそ松くん [6/30]
- チビ太だい [6/30]

大都技研
- 秘宝伝 [6/30]
- 押忍!番長 [7/13]

タイヨー
- ハローサンタマシンガンバージョン [4/11]
- ハローサンタスーパートナカイバージョン [6/30]
- 花浪漫-30 [9/6]

ニイガタ電子
- 鉄拳X [6/30] ※販売元:山佐
- ネオフルーツチャンス [9/1] ※販売元:山佐

ネット
- ゼットゴールド [6/20]
- 十字架 [6/30]
- 十字架600式 [6/30]
- 沖縄サイコー!-嵐 [6/30]
- 真・モグモグ風林火山 [9/16]

パイオニア
- フラワーパラダイス [2/1]
- ハッピーマリブ-30 [2/1]
- ドンドンハナハナ-30 [4/5]
- ワンダーフライ [5/30]
- スーパーシオ-30 [5/30]
- ビッグシオ・ジェンヌ-30 [6/30]
- シオサイ [6/30]
- 魔法のハイビスカス [6/30]

バルテック
- 実戦パチスロオレ主義 [6/30]

ビスティ
- 大ヤマトA [4/11]
- トゥームレイダー[6/30]

平和
- 主役は銭形 [4/18]
- パチスロだよ黄門ちゃま [6/30]
- 麻雀物語 [6/30]
- 雷蔵伝 [6/30]

ベルコ
- マジックバー1 [6/6]
- ファイナル711 [6/30]
- さるかに711 [7/27]

山佐
- 天下布武 [2/28]
- 鉄拳 [4/25]
- ネオファラオゼッツ [6/30]
- 天下布武R [6/30]
- プラネット999 [6/30]
- ダブルバービッグウェーブ [6/30]
- キングオブキングパルサー [6/30]
- 祭の達人～ウィンちゃんの夏祭り～ [7/14]
- ジャイアントパルサー [8/30]
- 燃えよ!功夫淑女 [9/23]

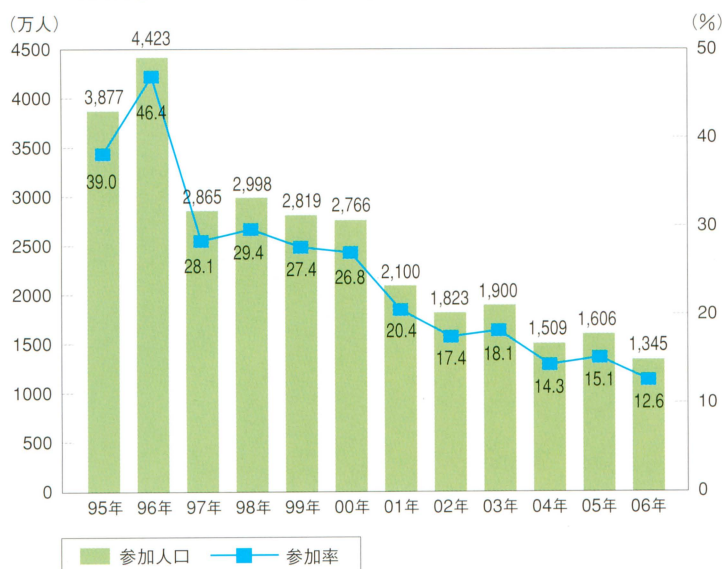
ロデオ
- ガメラハイグレードビジョン [3/21] ※販売元:フィールズ
- 鬼武者3 [6/30] ※販売元:フィールズ
- 梅松ダイナマイトウェーブ [6/30] ※販売元:フィールズ
- カイジ [8/15] ※販売元:フィールズ
- 俺の空 [9/30] ※販売元:フィールズ

「パチスロのみ」激減。参加人口1,345万人

エンタテインメントビジネス総合研究所が「パチンコ参加実態調査」の中間報告を発表した。その結果、パチンコ、パチスロを年に1回以上プレイしたことがある人の割合である遊技参加率は12.6%。遊技参加人口は、前年から261万人の減少となる1,345万人となり、95年の調査開始以来最低の数値となった。

有効回答数　6,256票
調査時期　2006年7月下旬から9月中旬

プレイ頻度区分
ヘビー：週2回以上
ミドル：週1回から月2～3回
ライト：月1回から2～3カ月に1回
レア：4～5カ月に1回～年1回

図1　遊技参加人口と参加率

パチスロは10年間で最低の参加率

年間の遊技参加人口と参加率の推移をみてみると、過去最低だった2004年から2005年にかけて参加人口が約100万人増え、減少に歯止めがかかったようにもみえたが、2006年はその2004年と比べても150万人減少。ヘビーユーザーに依存する業界の体質が浮き彫りとなった。（図1）

2006年のパチンコ参加率は、11・3%となっている。この数字はパチンコとパチスロを分けて調査を開始した1997年以来最低の参加率となった。

一方パチスロ参加率は、6・8%。前回は5年ぶりに上昇したが、今回は一転して1・4ポイントの減少となった。（図2）

団塊世代の参加率の落込みが顕著に

年代別に参加率をみてみると、男性は全ての年代で参加率が低下している。なかでも団塊の世代が属する50代で、8・0ポイント減と最も落ち込みが大きく、参加人口の減少に大きく影響していることがわかる。（図3）

また、パチンコ、パチスロそれぞれの遊技参加人口を比較すると、「パチンコのみする者」が617万人と前年比121万人（16・4%）減少、「パチスロのみする者」は144万人と前年比64万人（31・0%）減となっており、パチスロのみをする者が大幅に減少したことがわかる。（図4）

「パチスロのみする」ユーザーは2001年から2002年にかけて、111万人から216万人と大幅に増加。その後も2003年242万人、2004年261万人と順調な推移をみせていたが、2004年をピークに今年で2年連続の減少となった。これはパチスロの新規ファンを獲得していった『吉宗』やその他のST機の撤去、『北斗の拳』の設置台数の減少、さらにそれらに代わる4・7号機や5号機に移行していかなったファンが多かったことなどが原因とも考えられる。

ヘビー増加のパチスロ　ヘビー減少のパチンコ

パチンコの参加人口をそれぞれプレイ頻度別にみると、ヘビー、ミドル、ライト、レア全ての頻度層で減少している。実数では、ライトが76万人、レアが63万人と減少人口が多くなっている。減少率でみてみると、ヘビーで23・1%（36万人）と大幅な減少となった。（図5）

一方パチスロでは、ヘビーで17万人の増加となったが、全体では約140万人の減少となった。ミドルは87万人、ライトは57万人の減少。特にミドルでは、30・3%と高い減少率を示している。（図6）

なお、女性の遊技参加率は、全体で0・3ポイントの微減に止まっている。年代別では20代が2・3ポイント増加している。社会的不適合機の撤去に伴うゲーム性の低下、経済的破綻者の増加や駐車場での幼児の死亡事故の増加などによる世論のバッシングを受けて一気に市場が縮小した1997年と、2006年を比較すると、増加したのは30代のみである。（図7）　AJ

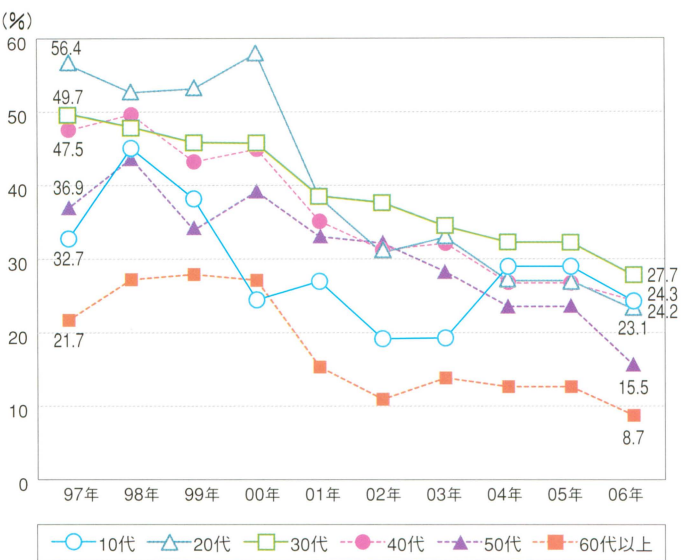



図3 男性・年代別遊技参加率の推移

図2 パチンコ・パチスロ参加率の推移

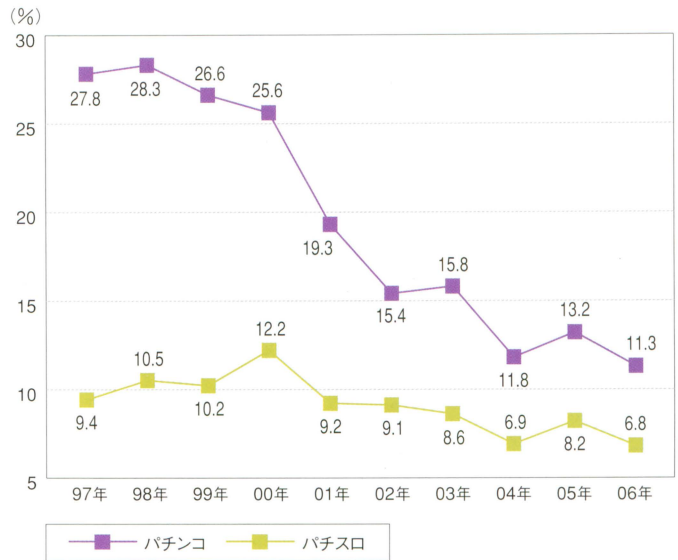



図5 パチンコ参加人口の推移(プレイ頻度別)

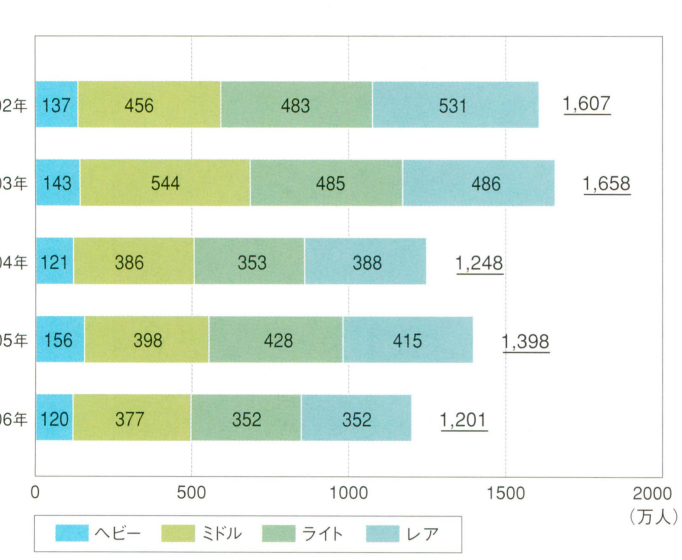



図4 遊技参加人口の推移

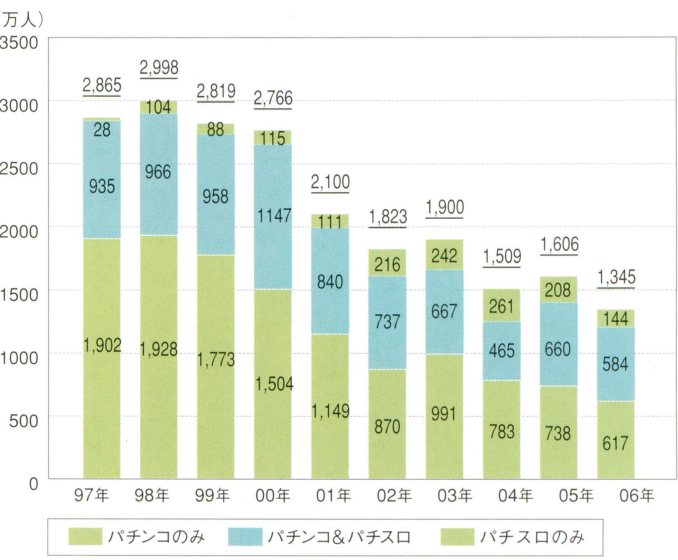
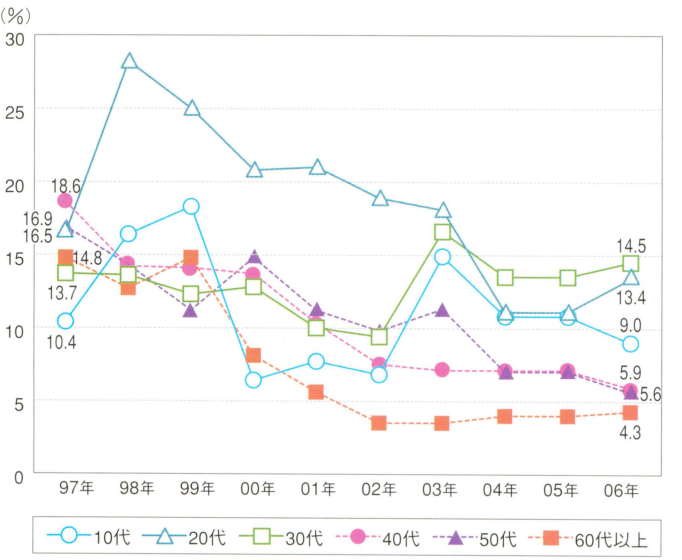



図7 女性・年代別遊技参加率の推移

図6 パチスロ参加人口の推移(プレイ頻度別)

同調査は、2007年1月末に調査報告書として、エンタテインメントビジネス総合研究所から発刊予定。問合せは、エンビズ総研／TEL.03-5688-4885 FAX.03-5688-5353

HALL REPORT

「サンシャインKYORAKU南」名古屋市南区

直営店の魅力で パチンコファンを増やす

斬新なホールデザインでリニューアルオープンした京楽産業.の直営店、サンシャインKYORAKU南。京楽の人気機種を取り揃え、コンテンツの魅力とスタッフのサービスでファン拡大を目指す。

名古屋市南区の京楽産業.直営店、サンシャインKYORAKU南が06年10月にリニューアルオープンした。設置台数は、パチンコ400台、パチスロ240台。清潔感あふれる内装と、広い中央通路を確保したゆとりある店内。外壁は一面LEDで覆われた斬新なホールとなった。

店内で特に目を引くのがリニューアルのポイントのひとつ、エスカレーターだ。6層の立体駐車場から店内中央まで直通となっており、利便性を向上。エスカレーターから店内を見渡すことができ、プレイヤーの士気を高揚させる効果もある。

京楽の機種を取りそろえ、幅広い年齢層のファンを集客する

「自社製品の魅力をユーザーに伝えたい」という直営店のコンセプトから、話題の新機種、『CRぱちんこウルトラマン』のほか、『CRぱちんこ華王美空ひばり』『CR羽根ぱちんこウルトラセブン』『CRぱちんこ冬のソナタ』など、パチンコ400台中320台が京楽の機種で構成されている。他のホールでは打てないオリジナルバージョン『CRぱちんこ水戸黄門』も設置している。

サンシャインKYORAKU南周辺は半径5キロ圏内に、800台～1000台クラスのホールが林立する激戦区だが、「京楽の台を打つならここ」という周辺住民の認知を得ており、稼働状況は上々。特に土日は高稼働を誇っている。

同店の鉾田斉店長はこう語る。

「コンテンツの魅力はもちろん、映像や音楽など、京楽の機種は、既存のファンだけでなく、ライトユーザーや幅広い年齢層の方が楽しめるように開発されています。そういった機械の魅力を最大限引き出すような店内の遊技環境をお客さまに提供していきたいと思います。そこでお客さまのさらなるニーズを見極め、今後の機種開発にも反映させることもできます。それが今後のパチンコファン拡大にもつながると思います」

ハードとソフトのトータル的なホスピタリティ

繁華街にあり、幅広い年齢層を集客するサンシャインKYORAKU栄など、それぞれの立地特性を持つ京楽の各直営店。サンシャインKYORAKU南は郊外店であり、高齢客の割合が高い。地域に根付いた店作りを目指しており、店内には様々な工夫が凝らされている。

ゆったりした休憩スペースには、窓から自然光が採り込まれ、くつろげる空間になっている。ホールチェアは全台取外しでき、車椅子での来店者も自由に遊技台を選ぶことが可能。エントランスにはなだらかなスロープを設けるなど、店舗全体がバリアフリー精神に溢れた設計となっている。

補給システムは京楽の「ボールワックスシステム」を導入。補給の安定性はもちろん、研磨布が自動巻取りになっており、メンテナンスフリー。吸殻自動回収システムとともに、今後のホール運営には欠かせない、来店者満足をハードの部分からサポートしている。

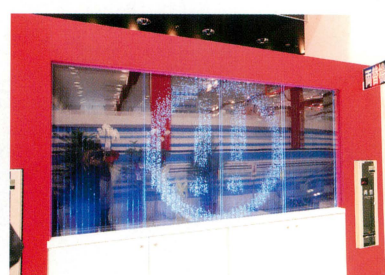
サーキット事業部の泉山友博技術本部部長は自社製品について次のように語る。

「ホールスタッフの省力化と、装置の省スペース化にこだわりました。スタッフの省力化ができればその分充実した接客サービスができます。また省スペースが実現できれば、台間や中央通路が広げられ、ゆったりと遊技していただく環境ができると考えます」

LEDで覆われた外観。光のイルミネーションが圧巻だ

6層の立体駐車場から店内中央までは直通となっている

スタッフの笑顔が印象的。機種や補給などのハード面とともに最高のサービスを提供する

窓際に設けられた休憩スペースはくつろげる空間に

水のオブジェに映しだされる、おなじみKYORAKUのロゴマーク

吸殻自動回収システムはスタッフの省力化に貢献。台ごとの灰皿間のスペースがゆったりと確保されており、玉箱交換の際は箱を横にすべらせて持ち上げることができる。女性スタッフにも負担がかからず、プレイヤーには快適な遊技環境を提供する

充実した設備を導入し、より高いサービスの提供を目指す同店。モットーは「積極的なサービス」だ。

「受身で動くのではなく、スタッフの方がお客さまをよく見てニーズを見つけだし、こちらからアクションを起こすようにしていきたいです。そういったサービス精神がセキュリティにもつながります。地域の方々に安心して気軽に足を運んでもらえる店にしていきたいです」（鉾田店長）AJ

PACHI-SLOT
PLAYBOY
That's new
完全告知機
http://playboy777.jp

車椅子プレイヤーも遊技台の選択が可能に

クオリが開発したバリアフリー化の決め手「hBベース」

従来のホールチェアは固定式が主流で、車椅子利用者は、一部の円盤脚イスの遊技台などに限られており、機種選択の自由がなかった。

「自由に台を選びたい」という車イスプレイヤーの要望を実現したのが、クオリが開発した「hBベース」だ。座席下のポールカバーを持ち上げ、中のレバーを起こすとベースから椅子を抜き取ることができる。アタッチメントとアンカーベースの結合角度、面加工精度の追求などにより、差し込み時にガタつかないスムーズな脱着を可能にした。外した椅子は専用キャリーで容易に格納することもできる。

最近では、06年10月にリニューアルオープンした京楽産業.の直営店、サンシャインKYORAKU南でも、この「hBベース」をパチンコ400台・パチスロ240台に設置している。

地域に根ざした経営を理念とするサンシャインKYORAKU南は、エントランスにスロープを設けるなど、バリアフリーに対する意識が高い。

今後、高齢者人口の増加で、車イス利用者は増えていく。ハートビル法の整備も進められ、ホール業界にも今後ますます求められていくバリアフリー化。「hBベース」はそんな時代のニーズに応える。 AJ

ワンタッチ方式を採用。簡単に取り外しが可能（サンシャインKYORAKU南）

問合せ先　㈱クオリ　TEL.0566-74-9333

ホールの消費税問題再浮上
認証協が消費税外税化を行政に確認

電子認証システム協議会（認証協）が、認証協の「アイクリアシステム」を導入するホールの意向を受ける形で消費税の外税化を行政に確認した文書が、11月15日に行われた全日遊連の全国理事会で配布された。

理事会後の記者会見で全日遊連の山田茂則理事長は、「アイクリアシステムを利用するホールから消費税の外税化を行いたいと認証協に相談があり、認証協が行政に確認して当該県警にも確認したという文書をいただいた」と経過を報告。その内容について、「認証協は玉切りで消費税を外税として預かろうということ」としたうえで、現在100円で25個の貸玉を24個にし、玉1個4円17銭が消費税を含んだ表示価格、それに準じて、貸メダルは1000円で50枚を48枚にし、メダル1枚20円83銭が表示価格になると説明した。

それぞれ、貸玉料4円＋消費税17銭、貸メダル料20円＋消費税83銭という内訳になるという。また、全日遊連としてこの方式で消費税対応を行う場合は、改めて行政への確認が必要との認識を示した。

風営法第35条にある遊技料金の基準では「玉1個につき4円」「メダル1枚につき20円」とあり、この「金額を超えないこと」とある。この点に関する記者からの質問に対し山田理事長は「4円17銭であっても、税務計算上はそこから5％預かり消費税があるので実質的な貸玉料は3円97銭になってしまう」と4円17銭という表示には問題がないとの見解を示した。

その上で、「しかし、私たちは等価交換の原則があるので、税務計算とは関係なく、4円17銭で貸す場合は、玉貸し（表示価格）は4円という指導を受けている」と、あくまでも貸玉金額は4円であるとの認識を強調した。

認証協では下の文書を警察庁にも提出しているという。

不透明感が強かったパチンコ・パチスロホールの消費税収受方法に対する論議も活発化しそうだ。AJ

玉・メダルの貸出時に消費税及び地方消費税を収受する方法について

平成18年10月10日　有限責任中間法人 電子認証システム協議会

現在、各ホールは、お客様に対する消費税及び地方消費税（以下「消費税等」という。）の転嫁について、遊技機本体や玉・メダル貸機が玉・メダルの貸出時に消費税等を転嫁するようになっていなかったため、賞品交換時に消費税等を転嫁する方法をとってきた。

そのような中にあって、認証協が推進するICLR（アイクリア）システムにおいては、下記のように運営することにより、玉・メダルの貸出時に消費税等を転嫁することができる。

1　規定及びその解釈

（1）風営法第35条第1項第2号に遊技料金の基準があり
①玉を使用する遊技機：玉1個につき4円
②メダルを使用する遊技機：メダル1枚につき20円

この「金額を超えないこと」が規定されているが、解釈運用基準には、「施行規制第35条第1項第2号に定める金額は消費税額及び地方税額を含まないものとする」と明記されている。

（2）その結果、遊技料金については、現行の消費税等を含めると
上記①の玉を使用する遊技機の場合は、「玉1個4円＋消費税等＝4.2円」
上記②のメダルを使用する遊技機の場合は、「メダル1枚20円＋消費税等＝21円」
を超えない範囲で定めることができる。

2　玉・メダルの貸出時に消費税等を転嫁する場合の対応

（1）100円につき貸出玉数は、25個から24個に変更される。すなわち、玉1個の現行の消費税等を含んだ料金は4.17円（四捨五入）となる。
（2）1,000円につき貸出メダル数は、50枚から48枚に変更される。すなわち、メダル1枚の現行の消費税等を含んだ料金は20.83円（四捨五入）となる。

3　料金の表示方法について

・風営法第17条、同法施行規則第32条・第33条に基づき、遊技料金を店内に表示しなければならない。
・消費税法第63条の2に基づき、価格については総額表示（税込表示）が義務付けられている。
以上のことから、営業者が玉・メダルの貸出時に消費税等を転嫁する場合には、「玉・メダルを貸出しする際に消費税等を含めた遊技料金を客から収受する」こと、すなわち「税込み」であることを明示するとともに、1玉及び1メダルあたりの消費税等の額を加えた遊技料金に係る金額を明示すること。

消費税変更に伴う対応

ICLR（アイクリア）システムでは消費税率の変更の都度、下記のように貸玉数＆貸メダル数を変更して対応します。

■玉を使用する遊技機での消費税対応【表1】

	消費税率	許容される貸玉金額	変更した貸玉数	貸玉金額
4円25個	5%	4円20銭	24個／100円	4円17銭
	6%	4円24銭	24個／100円	4円17銭
	7%	4円28銭	24個／100円	4円17銭
	8%	4円32銭	24個／100円	4円17銭
	9%	4円36銭	23個／100円	4円35銭
	10%	4円40銭	23個／100円	4円35銭

■メダルを使用する遊技機での消費税対応【表2】

	消費税率	許容される貸メダル金額	変更した貸メダル数	貸メダル金額
20円50枚	5%	21円00銭	48枚／1000円	20円83銭
	6%	21円20銭	48枚／1000円	20円83銭
	7%	21円40銭	47枚／1000円	21円28銭
	8%	21円60銭	47枚／1000円	21円28銭
	9%	21円80銭	46枚／1000円	21円74銭
	10%	22円00銭	46枚／1000円	21円74銭

マルハン35期中間決算 通期売上・出店数を下方修正

マルハンは11月27日、第35期中間決算の概要を発表した。同社は今期上期（4月〜9月）に14店舗の新規出店をし、総店舗数は200店となった。連結の売上高は9016億円（前年同期比115・7％）で、営業利益率、経常利益率ともに前年同期比を上回る好調ぶりを示した（表1）。しかし、通期業績に関しては、期首計画の売上高1兆9300億円に対し、600億円の下方修正を発表。修正要因は出店計画を37店舗から30店舗に変更したことによる。ただし、経費削減に努めることにより、営業利益、経常利益の修正はしていない。

上半期の全店舗の営業状況については、前年度と比べ特にパチスロの稼働の落ち込みが激しいものの（表2）、対競合店における相対的な強さは維持。全店舗の中の、地域一番店の比率は前年同期とほぼ同程度の80・9％であった。

上半期実績を基にした機械回転数（年）は「2・08」で、これは、第2四半期の約3カ月間に導入した「スーパー海物語」（2万6777台）、「北斗の拳SE」（1万2390台）、「デンセツヘノミチ（秘宝伝）」（5458台）の大量導入という特殊要因と説明（これら3機種でマルハンの総設置台数の44％にのぼる）。

下半期の営業展開について韓俊営業本部長は、「4号機から5号機へのシフト、また一部ではパチスロからパチンコへの切り替えを進めながら、基本的には、パチスロの稼働も粗利も落ちることを前提に、身の丈にあった経営に切り替えていく」と説明。機械・人件費・広告の3大経費を見直すことで最終的な営業利益は確保できるとの考えを述べた。

マルハンの5号機移行対策

同社が期初にたてた計画では、パチスロにおける5号機設置比率は05年4月の時点で4％、9月の時点で10％、その比率を07年3月末までキープして、来期（07年4月）に一気に5号機に移行する、というものだった。しかし、現在（10月末）の設置比率は2・9％。これを12月末までに9％とし、3月末までに20％にする予定だという。また、約30店舗ある、「パチンコの稼働が平均以上で、かつ、パチスロの稼働が平均以下」という店舗については順次、パチンコ比率を上げていく。

同社では、来期（07年4月〜）は5号機時代による影響で、「1台当たりの売上は13％ダウン」、「1台当たりの粗利益は9・3％ダウン」と予想。さらに、韓俊営業本部長は「従来は、各地域で（一番店を筆頭に）数店舗が満足のいく営業をしていたように見えるが、07年は、地域一番店ないし二番店くらいまでにファンが集中する"一強時代"に突入するのではないか。特に、パチスロが強い店と弱い店がはっきり分かれてくる」との見解を述べた。

今後は、今まで以上に、出店による投資回収の精度を高めることと、首都圏への集中出店という戦略を明確化していくという。AJ

【表1】連結経営成績

	34期上半期	35期上半期
店舗数	179店	200店
売上高	7,791億円	9,016億円
営業利益	57億円	125億円
経常利益	52億円	127億円

【表2】全店稼働推移

	33期上半期（154店）	34期上半期（179店）	35期上半期（200店）
玉稼働数（個）	39,441	38,350	36,777
コイン稼働数（枚）	16,435	15,735	13,949

【表3】地域一番店の割合 ※1

	34期上半期（149店舗）※2	35期上半期（183店舗）※2
地域一番店	82.5%	80.9%
地域二番店	14.1%	14.8%
地域三番店以下	3.4%	4.3%

※1：マルハン独自の稼働調査方法（12時・16時・20時の3回を計測）で、競合店と自店の設置台数に対する稼働台数の割合を算出
※2：評価の対象店舗は、それぞれ新店・改装店舗を除いている

イベント

西陣がエンドユーザーへ「遊べるパチンコ」を訴求

西陣はイベントへの出展などを通して「遊べるパチンコキャンペーン」を展開している。その一環として、11月に東京、名古屋、大阪で放送局が主催する公開イベントにブース出展し、身近な遊びとしてのパチンコをエンドユーザーに直接訴求した。

出展したイベントは、11月3日(祝)・4日(土)に東京・日比谷公園で行われたニッポン放送主催の「THE ラジオパーク2006 in 日比谷」、11月4日(土)・5日(日)に名古屋・久屋大通公園で行われた東海テレビ主催の「東海テレビまつり2006」、11月23日(祝)に大阪・大阪城公園で行われたラジオ大阪主催の「OBCラジオまつり」。

「THEラジオパーク2006 in 日比谷」は2日間で10万人が集まるイベント。西陣のブースにも長蛇の列ができた

これに先立つ10月25日には、西陣の沖真人代表が、東京本社で行われた記者会見で「当社もパチンコファン減少を憂慮している。メーカーとして努力しなければいけないと認識し、業界あげての展示会と連動する形でキャンペーンを推進していく」とファン拡大に向けた熱意を語っている。

イベントの西陣ブースでは、幅180センチ×奥行240センチの巨大パチンコを展示。スマートボールの要領で3つの大きな赤いチューリップに玉を入れるゲームを実施した。

西陣・広報宣伝部の高田さんは予想以上の人出に驚いた様子で、「楽しく遊んで賞品を持って帰ってもらうのはパチンコの原点。昔パチンコをやっていた人や、やったことがない人に、少しでも魅力を伝えられたのでは。ここで遊んだ人がホールに足を運んで欲しい」とファン拡大に手ごたえを感じていた。

キャンペーンは12月末まで実施し、ホールへのノベルティグッズの配布なども併せて行っていく。AJ

エンビズ総研セミナー

5号機時代はこうして生き残れ 元カリスマ店長が熱演

エンタテインメントビジネス総合研究所(エンビズ総研)は29日、東京・上野のエース電研ビルで、「5号機時代の営業戦略」と題したテーマでセミナーを開催した。

講師は、元超大繁盛店のカリスマ店長、高橋智氏が担当。新しいパチスロ営業への取り組み方を様々な視点から解説。5号機活用法、4号機撤去時期、パチスロ専門店の生き残り戦略など、実践的なテーマが取り上げられた。

今後の5号機設置比率については、主要4号機の撤去時期に伴い、段階的に上げていくことを提案。07年2月の『GOGOジャグラーV』検定切れ後に、5号機設置比率30%、4月の『主役は銭形』5月の『ジャグラーTM』の検定切れ後には60%などと具体的な数字を示した。

また、7月以降まで検定が残っている機種は、『ニュー島唄30』『ファイナルジャグラー』『押忍!番長』『北斗の拳SE』『俺の空』だが、これらをギリギリまで使うメリット、デメリットも説明。

4号機の設置比率が高く、5号機の設置割合が低ければ、4号機で利益確保が計算でき、5号機は稼動重視で客の育成にあてられることはメリットとなるが、その出玉率に慣れてしまうと、5号機時代に、離れていってしまう危険性を指摘。さらに4号機中心では、今後入替え戦略がとれなくなること、入替え経費の一時期集中、5号機の適正台数確保の困難などをデメリットとして挙げた。

パチスロ専門店の生き残り戦略については「パチンコの減台、複合化、店を閉めるなど、企業として採るべき策はいくつかあるが、あくまでパチスロ専門店として生き残るためには、というスタンスで提案させていただく」としたうえで、機種の特徴、魅力を伝えられるスタッフを揃え、目押しサービスなども精度を高めることにより、さらなる専門性の強化を訴えた。

ファンの裾野の拡大、新たな5号機ファン創造など、現在の4号機ユーザーの5号機移行については触れることがあまりないセミナーが多いなか、斬新な提案となった。AJ

BUSINESS **E**SSAY

ストレス発散のために信頼する人を作る

「ストレス発散に何をやっていますか?」
ゴルフ、酒、カラオケ、旅行など、何かの趣味と答える方が多いのではないかと思います。
では、休日に思い切りゴルフをして翌日出社したとき、ストレスはなくなっているでしょうか。
多くのストレスはそのままの形で存在するのではないかと思います。
これまでストレス解消だと思ってやっていたことは、
ストレスの棚上げ、一時忘れでしかなかったのではないでしょうか。

小山政彦
最新ビジネスのルール
トレンドの話

こやま　まさひこ
㈱船井総合研究所代表取締役社長。1947年生まれ。事実主義・事例主義・現場主義を貫き、消費者ニーズの観点から時流の動向を予測して結果を出す、現役トップコンサルタント。また、経営者として同社の「第二創業期」を大きくリードし、東証一部上場を成し遂げた実績をもつ。近年はマーケティングをベースにした「リーダーシップ」「人間力」「人間性」の大切さを説き、多くの経営者を支援している。

羽生善治王将の言葉「心の問題を解決する以外ストレスの発散はない」

では、真のストレスの発散は、どうすればいいのでしょう?

先日、プロ棋士の羽生善治(36)さんと書籍出版のために対談をさせていただきました。その中で、子供のいじめの話題に及んだとき、「人は時々キレたほうが良い」と彼が言うのです。良いキレ方をしてストレスを発散すれば、ストレスが蓄積されずにすむので大きな問題に発展しにくくなるというわけです。

発散できないままでいると、他人をストレスのはけ口にするといった病的な行為の引き金になりかねませんし、自らの命を絶つといった最悪の結果を招く場合さえあります。確かにおっしゃる通りだと思います。でも大人としてたやすくキレるわけにもいきません。

羽生さんに「ストレスを発散するための一番良い方法はなんでしょうか」とたずねたところ、彼は即座にこう続けたのです。

「信頼する人を作ることですね。心の問題を解決する以外、ストレスの発散はないのではないでしょうか」

新しい発想でした。頂点を極めた人は若くしても真髄を突き詰めることができるのかもしれないと、羽生さんの端倪すべからざる人物を感じたわけです。

自分が「この人の言うことなら信頼できる」と思う人に話をすることで活路を見出すということは、子供も大人も、また事の大小に限らず往々にしてあるものです。その人を信頼していればいるほど、アドバイスは心の中にしみわたります。ただうなづいて話を聞いてくれるだけでも、「わかってもらった」という気持ちで、自分の心は軽くなります。

親友との付き合いで無意識のうちにストレス発散していた

新しい発想に出会うと、自分自身で検証をしてみるのが私の癖です。自分は信頼できる人との関わりがストレス発散になっているか、じっと考えてみました。

私には親友が3人いますが、その一人に奥田祐斎という京都の染物師がいます。芸術家でわがままな男で、私とは全く違う性格ですが、そのセンスの良さや才能には嫉妬を覚えるほど魅かれ、時間を縫って付き合っています。

彼は素人の私に、自分の専門である染めについて本気で語ります。「専門的過ぎるとは思うが、小山には俺の仕事がどんなに面白いかを話したい」と言うのです。最初は門外漢でチンプンカンプンの私も、長年説明され続けることで、彼の言いたいことがわかるようになり、今では芸術家の目論見や喜びの片鱗を理解できるようにまでなりました。

彼は月のうち、5日だけ染色し、25日は制作に対する準備として時間を使っています。そう言うと格好が良いですが、はた目から見ると、ただ遊んで暮らしているとしか見えません。しかしその遊びが半端ではないのです。例えば、鮎を捕るからお前も来ないか、と誘いがあって出かけてみると、そのために数カ月前から漁師に教えを請い、全知識と知恵を傾けて準備をしているので、百匹以上もの収穫があるのです。

何をしても芸術家だけあって遊び心に溢れているのですが、同時に何事も夢中になってやるので一緒にいて勉強にもなります。ですから、彼に誘われると、つい出かけて行きたくなるわけです。

彼は私とはまったく異なる世界で生きているので、私のストレスを細かく知っているわけではありません。ただ、私が疲れたように見えるとき、

「小山の世界は俺にはさっぱりわからん。でもお前なら解決できるよ。ちょっと時間がかかるやろうけど…」

といった、あやふやないたわりの言葉を私に投げかけます。今まで、彼との付き合いをストレス発散だと思ったことはあ

りませんでしたが、考えてみると確かに、彼の言葉は、なぜか温かく私のストレスを溶かし、新たな気持ちで私を仕事に向かわせてくれるのです。

講演や書籍による心に響く言葉でもストレスは発散される

親友というのは五分（ごぶ）の付き合いができないといけません。立場が違っていても、収入や年齢が違っていても、五分と五分で付き合い、お互いがお互いを敬愛する、そういう間柄だからこそ、相手の言葉がスッと心に入ってくるのです。

この歳になって思うのは、そういう相手に若いうちに出会えて良かったということです。50歳を過ぎてから知り合った場合、互いの立場があり、親友になれることは非常に稀と言わざるを得ません。

話をしてストレスが消える相手に、師と仰ぐ人がいます。敬愛できる信頼できる師に話を聞いてもらいアドバイスをもらうことは、根本的ストレスの発散になるでしょうし、大きな成長につながると思います。とはいうものの、話を聞いてもらえる師を持っているという方はそう多くはないのではないでしょうか。

講演や書籍の中で、心に響く言葉や考え方に出会うことがあります。それは抱えているストレスを解消するための一条の光、乾いた心の中を潤す水であるわけで、それを知ることによってストレスが一気に軽減することがあります。経営者が禅の本を読んだり、中国の古典に親しんだりするのは、自分のストレスを解消するための哲学を探しているわけです。

人の能力はその人の仲間も含めて計らないとわからない

話は変わりますが、私の父は19歳で独立して事業を立ち上げた、言わば叩き上げの人です。「俺は学歴はないし英語も話せない。でも法律のことなら○○さんに言えば何でも教えてくれる。医学のことなら△△さんに聞けば必ず助けてくれるし、万一彼と専門が違っても他の医者を責任もって紹介してくれる」とよく自慢しておりました。

その○○先生という弁護士が父のために時間を費やし奔走してある事を解決した時、「友達だから金はいらない」と言ったのですが、それを聞いた時、子供心に父の日ごろの言葉の意味を理解したのでした。

人の能力や知識はその人の良い仲間も含めて計るものだということは、肌で知っていたつもりでした。しかしそれを、羽生さんのように、自分の努力で実力を培い、一人で対局に臨んでこられた方からうかがうと、今更のように、人は一人ではなく、周りの人に支えられて生きているものなのだということに、思い至ります。

今年還暦を迎える私が、若い経営者の方にお伝えしたいことは、若い時には何でもやれる自信がありますが、ストレス発散や心の支えが必要な時が必ず来るということです。その時、自分を支えてくれる信頼できる人が周りにいるかいないかで、自分の成長が大きく変わります。人との縁を大切に、若い時から意識をもって人様とお付き合いをしていただきたいと願ってやみません。

AJ

店舗育成

どんぶり勘定管理との決別

「気づき」で高める現場力 第1回

（株）パック・エックス
藤田雄志

ふじた　たけし
1972年、千葉県生まれ。2000年パックエックスに入社。現在、コンサルタントとして全国のパチンコホールの営業戦略から店舗のオペレーション強化・人材育成など、幅広い分野で活躍中。
URL　http://www.pac-ex.com
E-mail　fujita@e-pachinko.org

現在のパチンコホールは10年前と比べればはるかに組織レベルや人材レベル、企画力、マーケティング力など、総合力は間違いなく向上してきていると思われます。しかし今後は、今まで以上の管理、育成能力が現場に問われる時代になっていくことは間違いないでしょう。

現在の店舗管理者である店長は、「吉宗」や「アラジンA」などの爆裂機および、パチンコの突確タイプなどが流行している時代を生き抜いてきた人ばかりです。吉宗であれば台売10万円、台粗2万円という時代でしたが、これからの低射幸性マシンの時代は台売2万円、台粗2000円位に落ち込むことが予想されます。つまり、1％の利益率の金額が大きく変わろうとしているのです。

台粗利についての管理は、「機種別に何千円くらい」という、従来のどんぶり勘定単位から、今後は「個別台で何千何百何十円」という詳細な単位で営業をしていかなければ、お客様に対して、今までと何も変わらない商品（機械）を提供することになってしまうのです。

今まで機種別台粗管理をしてきているのであれば、台当たりプラス3万円の台もあればマイナス3万円の台も存在しているはずです。しかし、これからの低射幸性マシンではここまでの差玉は出にくくなってきます。つまり、個別台で低射幸性マシンに適した台粗利管理をしていかなければならないのです。

例えば、普段3000円で1時間遊べる低射幸性機種にも関わらず、店長が調整や機種予算などの管理ミスをしてしまうと、3000円で30分しか遊べないということにもなりかねません。これでは低射幸性機種ユーザーの育成ができないのはもちろん、固定客を逃がすことになることは明白です。売上が上がらない機種だからこそ、ミクロ単位のチェックやシミュレーションを行うことで適正粗利を確保し、機種特性である「少ない投資で遊ぶ」というゲーム性をお客様に存分に楽しんでもらう必要があるのです。万が一、店長の管理不足により店舗の粗利予算をショートさせたり、顧客数が減ってしまうようなことがあれば、会社に多大なダメージを与える可能性が高い時代になるのです。

では、どんな対策をとればいいのでしょう？

即効性が高い対策は、店長や管理職のコスト意識の育成です。今までは、店長に対して、店舗の売上予算、粗利予算、稼動目標といった指標を数字責任として課してきていると思います。今後は、経営ダメージを減らすため、店舗経費もすべて開示し、P／L（損益計算書）での数字予算も現場のマネージメントに落とし込んでいくことが急務であると言えます。

例えば、粗利金額の予算がショートしてしまった場合、P／L上で利益を出す手法も現場判断で行う。つまり、粗利が取れないと思った瞬間に店舗の支出を減らすために、店舗のトイレットペーパーのコストや電気代、人件費などのコストにも注力し、店舗利益を出していく術が必要になってきているということです。当然、今までも経費管理は行っていると思いますが、これからは経費管理もミクロ単位の領域で行っていく時代なのです。

そして最後は、自店のお客様が何に期待して足を運んできて下さっているのか？

お客様の期待を裏切らない営業こそが、勝利の基本であるといえるのです。AJ

人材育成

「サービスの反射神経」を高める

大阪観光大学観光学部助教授
住木俊之

すみき としゆき
1966年、横浜市生まれ。ホテルニューグランド、(財)日本ホテル教育センター研究員、ホテルビジネス実務検定試験検定副本部長などを経て、現職。専攻：サービス・マーケティング論、ホスピタリティ・マネジメント論、ホスピタリティ教育論
URL　http://homepage3.nifty.com/hmn/
E-mail　t-sumiki@tourism.ac.jp

サービスのプロを育てる

第1回

社会が高度化し、消費が多様化する現代において、生活者のサービスに対する要求もこれまで以上に厳しくなってきています。サービスのマニュアル化の進展は、標準的なサービスの品質を安定させるということに大きな成果をもたらしました。しかし、それと同時に、マニュアル化することが困難である、高度なサービスの価値を引き立たせるという結果をもたらしたともいえるのです。そして、生活者は多くの場面において、単に「要件が満たされる」というだけではない、「期待以上のサービス」を求めるようになってきているのです。

　このコラムでは、マニュアルを超えた期待以上のサービスを提供する「サービスのプロフェッショナル」を育てるトレーニングの方法をテーマに書いていきます。第1回は「サービスの反射神経」についてです。

　あるホテル専門学校では毎朝、何人かの教職員が学校の玄関に立ち、サービスのプロフェッショナル養成教育の一環として、登校する学生全員に挨拶をさせています。足を止め、背筋を伸ばし、目を合わせ、「おはようございます」と明るく笑顔で挨拶し、最後にもう一度目を合わせるのです。中には何度もやり直しをさせられる学生もいるのですが、教職員もきちんと挨拶をしているので、文句を言うこともできず、半ば強制的に挨拶をさせられて玄関を通っていきます。

　何日かすると、最初は義務的に挨拶をしていた学生も自然に笑顔が出て、身振り、動作、言葉などを特に意識しなくても、挨拶をきちんと「表現する」ことができるようになっていきます。ここまでくればしめたもの。玄関前の朝の挨拶だけではなく、不意に誰かと対面した時などにおいても、無意識のうちに、足が止まり、姿勢が定まり、相手に対して自然な表情で、一言が出てくるようになるのです。

　私はこのような能力を「サービスの反射神経」と呼んでいます。飛んできたボールに自然に体が反応するスポーツ選手の能力と同じようなものかもしれません。

　サービスの最前線においては、接客要員が次の状況を完璧に予測することは極めて困難であり、その状況に応じて、瞬時に対応することが求められることが多いのです。この「サービスの反射神経」をさらに向上させていくことによって、接客要員は、お客様に対する挨拶のみならず、あらゆる接客の場面において、お客様の動きや目線、ホールの状況などから、次に為すべきことを瞬時に判断し、行動に移すことができるようになるのです。

　私がホテルに就職して、最初に先輩ホテルマンに言われたことは「挨拶をしなさい」でした。お客様に対してはもちろんのこと、ホテルのスタッフ全員に対して挨拶をしなさいというのです。入社したばかりで、スタッフの顔と名前をほとんど覚えていない私は、対面したスタッフと思われる人たち全員に瞬時に対応し、とにかく挨拶をしていました。おそらく、私から1日何回も挨拶をされた先輩ホテルマンは少なくなかったでしょう。私に挨拶された、ホテルのスタッフではない人たちは呆気にとられていたかもしれません。ただ、この行動が私の挨拶における「サービスの反射神経」を高めたということに疑いの余地はありません。

　「サービスの反射神経」を高めるトレーニング。まずはスタッフ同士の挨拶から始めてみてはいかがですか。

　次回は、「接客をシミュレーションする」をお送りいたします。 AJ

同時進行ドキュメント

目からウロコのパチンコマーケティング

文＝福田耕太郎（ヒューテック）

第8話

One-to-Oneの必要条件

ふくだ・こうたろう

ヒューテック（株）CRM顧客支援室長
1958年生まれ。関西学院大学法学部卒後、コンピュータ販社に入社し、システムエンジニアを経験。大手コンサルティング会社入社、光明総合研究所を経て、現職に至る。

【前回までのあらすじ】

おぼろげにしか理解していなかったOne-to-Oneマーケティングの考え方を聞いた小泉太一は、顧客構造を変え、収益を上げるという鈴木先輩の話に引きずり込まれていった。

「太一、話の前にちょっとトイレに言ってくる」

と言って鈴木先輩は席を立った。

「パラダイムの転換……か」

小泉太一はグラスを傾けながらつぶやいた。

これまで台中心の考え方で袋小路に入っていた問題が、顧客中心に考えると今まで全く見えなかった解決の光が見えてくる。

これまで社員に顧客を中心に考えようと言いながら、発想が転換できなかった自分自身がおかしかった。自分がパラダイムの転換をしていないのに、社員にいくら言っても彼らが新しいやり方を考えるはずがないなと改めて思った。

「太一、お待たせ。それじゃ続きの話をするか」

「ありがとうございます。勝ちすぎるお客様を抑えるように台の調整をすることはわかりました。それ以外にどんなことが必要なんですか？ ロスは防げるんですか？」

「一つ質問をするけど、太一は、なぜ来なくなるお客様ができるのか考えたことがあるか？」

「一番の原因は分かってますよ。ホールに来て負けるからです」

「それでは原因は『負けること』となるよな」

「そうです」

「逆に言えば勝たせればロスがなくなるのか？」

「100％勝たせるのは無理だと思いますが、基本的にはそうですね」

「でもそうなるとホール経営は成り立たないだろう」

「だから悩んでいるんですよ」

太一は先輩が何を言いたいのか分からなかった。

「かわいそうにな」

そういうと鈴木先輩は、タバコに火を点け、煙を吐いた。

「僕に同情はいりませんよ」

「いや、同情しているのは太一にではないよ。太一のところの店長にだよ」

「どうしてですか？」

「経営者がただ漠然と『顧客を勝たせたい』と思っているだけでは、下の店長の動きを今以上に改善できないと言いたいのさ」

「どういうことですか？」

「原因の捉え方で対策が違ってくるからさ」

「……」

「例えば、腕時計のガラスをハンマーで叩いているところを想像してみてくれ。ハンマーで腕時計

を叩いた。そうしたら腕時計のガラスが割れた」
「想像しました」
「OK。じゃあ尋ねるよ。腕時計のガラスが割れた原因はなんだ？」
「原因はハンマーで叩いたことに決まっているじゃないですか」
「そうしたらガラスが割れない対策はどうする？」
「それはハンマーでガラスが叩かれない防止策を考える、ということになりますよね」
「そう思うだろう」
「……」
「もし、その場面が、時計研究所で強化ガラスの実験をしていたとしたらどうなる？」
「それでしたら話は違いますよ。腕時計の強化ガラスの強度が足らないことが原因ということですよね」
「そうだろ。そうすると対策はハンマーで叩かれないことから、ガラスの強度を強化することに変わる」
「……なるほど」
　原因の捉え方が変わると対策が変わってしまう。それも大切だが、真の原因を見つけられないと話にならない、こっちの方がもっと大切ではないか、太一はそう思った。
「先輩、今の話、経営者は『強化ガラスの実験をしていたこと』を知ること、それを社員に伝えることが、もっと大切ですよね」
　太一はもっともらしく言った。
「そうだよ、だから台管理だけだと原因の捉え方がずれるから、顧客管理から見た話を太一に聞かせてるんじゃないか。今頃何を言っているんだ」
「そうですよねえ」
　太一は思わず笑ってごまかした。
「太一どこまで話ししたっけ」
「原因の捉え方の話です」
「そうそう、さっき太一が言ったように、経営者の頭の中が、100％勝たすことが出来なければロスが発生するという考えだと、店長に対してロスを出来る限り減らせという指示が、利益を削れという指示になってしまいかねないだろう」
「そうですね。確かにそういう面が出てきますね」
　自分は、100％勝たせることがロス防止のすべてとまでは思っていないが、『漠然とお客様を勝たすこと』と考えていることは間違いない。これでは店長も同じようにとにかく勝たせればと、出玉などに傾いてしまうのも当然か。やはり安易な出玉は自分の責任なのか。太一は先輩の話を聞きながら思いをめぐらせていた。
「でも一方では店長に利益確保と言っているんだろう」
「それは当然です」
「そうなると店長は正反対の指示を同時に受けることになるよね」
「確かにそうですね」
「店長は面と向かって経営者に文句を言うことはないだろうけど、結構混乱していると思わないか？」
　太一も会議を開いて、利益の話、稼動の話、ロス客の防止の話をしていくにつれ、ダンダンと店長がうつむいていくのはよく分かっていた。
「だからさ、経営者は部下に混乱を起こさせないように明確

図2　勝ち配分の工夫による再来店の向上の基本的な発想

満足領域に達する勝ちを提供するように、また余分な勝ちは与えないように運営できれば理想。このためには一人ひとりを見る必要がある。

お客様	勝ち数＝合計40	来店
Aさん		無
Bさん	🟠	無
Cさん	🟠	無
Dさん	🟠🔵	有
Eさん	🟠🟠🔵	有
Fさん	🟠🟠🟠🔵⚫	有
Gさん	🟠🟠🟠🔵⚫	有
Hさん	🟠🟠🟠🟠🔵⚫⚫	有
Iさん	🟠🟠🟠🟠🟠🔵⚫	有
Jさん	🟠🟠🟠🟠🟠🟠🔵⚫⚫	有

ホールA
4人来店

お客様	勝ち数＝合計40	来店
Aさん		無
Bさん	🟠	無
Cさん	🟠🟠	無
Dさん	🟠🔵	有
Eさん	🟠🟠	無
Fさん	🟠🟠	無
Gさん	🟠🟠🟠	無
Hさん	🟠🟠🟠🟠🔵	有
Iさん	🟠🟠🟠🟠🟠🔵⚫⚫⚫⚫⚫	有
Jさん	🟠🟠🟠🟠🟠🟠🔵⚫⚫⚫⚫⚫	有

ホールB
9人来店

お客様	勝ち数＝合計40	来店
Aさん	🟠🟠	無
Bさん	🟠🟠🔵	有
Cさん	🟠🟠🔵	有
Dさん	🟠🔵⚫	有
Eさん	🟠🟠🔵	有
Fさん	🟠🟠🟠🔵	有
Gさん	🟠🟠🟠🔵	有
Hさん	🟠🟠🟠🟠🔵	有
Iさん	🟠🟠🟠🟠🟠🔵	有
Jさん	🟠🟠🟠🟠🟠🟠🔵	有

🟠 不満領域の勝ち
🔵 満足領域の勝ち
⚫ 再来店に影響ない領域の勝ち

図1　勝ち数による再来店率からみた再来店の向上の考え方

あるホールの1カ月の再来店率と勝ち数

勝ち数	客数（人）	再来店率	勝ち数
勝0	1,595	60.3%	0
勝1	1,254	75.2%	1,254
勝2	644	87.3%	1,288
勝3	454	92.5%	1,362
勝4	327	96.9%	1,308
勝5	246	96.7%	1,230
勝6	169	94.1%	1,014
勝7	119	99.2%	833
勝8	90	96.7%	720
勝9	77	97.4%	693
勝10	47	100.0%	470
勝11以上	133	99.2%	1,743
合計	5,155	78.8%	11,915

4387の勝ち数をなるべく勝ち体験が少ない人に分け与える

（勝ち数－3勝）×客数で各余分な勝ちを計算

4勝以上は余分な勝ちとした場合の勝ち数	
327	勝4
492	勝5
507	勝6
476	勝7
450	勝8
462	勝9
329	勝10
1,344	勝11以上
4,387	合計

月に3勝以上の来店客は、90％以上の翌月の再来店となっている。勝0～勝2までは再来店率が低いので、4勝以上の勝ち客の勝ち数を勝0～勝2のお客様になるべく分配するように、お客様一人ひとりを見て、出玉還元やイベントを考えていくようにする。

な指示を出すことが大切なんだ。もっとも部下がこの矛盾を自ら解決してくれたら、これほどありがたいことはないけどね」
　そう言って鈴木先輩は笑った。

「さて続きといこうか。当然、勝たすことは大切さ。極端な例は一度も勝てない場合、それではいくらなんでもお客様は来なくなる。でもふつうお客様は、勝ったり負けたりしている」
「そうですよね」
「では質問。太一はお客様が満足する勝敗率というか、勝つ確率は同じだと思うか？ つまり、誰もが均一に何回に1回勝たないと満足しない、というものと思っているか？」
「……それは違うと思いますね。個人差があると思うんです。私は4回に1回くらいは勝てばそれで良いんですけど、よくパチンコをする社員は2回に1回は勝たないと話にならないと言ってますから」
「そうなんだ。ここが重要なポイントなんだ。お客様を満足させるためには、お客様それぞれが納得できる必要最低限の勝ちを与えることが大切ということなんだ。同時にお客様の満足以上の勝ちを提供することは、それほど重要ではないとも言える」
「ということは先輩、ロス客が発生する原因は、『100％勝たせない』ということではなく、『お客様個々人に応じた必要最低限の勝ちを与えていない』ということになるということですね」
「さすが太一、そういうことさ。そう定義すると一律出玉は意味がない。お客様一人ひとりを見てイベント案内や台の案内をすることが大切なことが分かるだろう」
「お客様一人ひとりを見るOne-to-Oneですね」
「そうなんだ。要するにホールに一定の勝ち数があるとして、それをお客様個々人にどのように分配するか、ということが店長の仕事になるということさ」
「確かに店長に営業努力の方向性を示すことができますよね。店長にもお客様を見た営業努力を工夫するように言えますからね」
「管理しやすいのは月単位になるので、この表（図1）を見てもらえれば分かるけども、目安としては2勝以上勝たせると来店回数に関係なくかなりの確率で再来店してくれる。ということは同じ勝ち数をどのように配分するかで、再来店させる人の数は違ってくる。出玉還元はまだ2勝以上していない人を対象にすると有効と言うことになるね」そう言いながら鈴木先輩は、また紙ナプキンに図を描き始めた。
「基本的な考え方を図にするとこうなる（図2）。Aホールのように勝ちを配分すると来店が4人になり、Bホールのように勝ちを配分するとより多くの人に満足を得られ、来店人数が9人と多くなる。仮に1カ月で各ホール同じくらい勝ち体験をつくったとしても、AホールとBホールではこれだけ格差がでる。普通のホールは通常はこの左の図のケースが多いね」
「個々のお客様に応じた納得のいく勝ち数を提供する。それによって多くのお客様の支持をえていく。まさにOne-to-Oneですよね」。そう言って太一は紙ナプキンを手に取った。
「先輩、この具体的なやり方を教えて下さい」。太一が言うと、鈴木先輩は笑いながら、「そうあせるなよ、今は基本的な考え方をよく理解してくれ。これが曖昧だと、ちょっとうまく行かなくなるとスグに諦めて元のやり方に戻ってしまう。自転車がうまく乗れないとスグに諦めてしまう

表1

No	氏名	勝敗金額(円)	勝敗
1	＊＊	982,429	21勝5敗
2	＊＊	870,900	20勝7敗
3	＊＊	826,740	18勝7敗
4	＊＊	737,858	19勝2敗
5	＊＊	718,711	17勝11敗
6	＊＊	649,540	7勝10敗
7	＊＊	632,811	12勝11敗
8	＊＊	521,368	15勝8敗
9	＊＊	503,964	7勝6敗
10	＊＊	497,477	10勝7敗
11	＊＊	445,557	9勝3敗
12	＊＊	445,236	15勝3敗
13	＊＊	442,458	11勝12敗
14	＊＊	434,431	3勝2敗
15	＊＊	413,482	4勝2敗
16	＊＊	406,186	6勝3敗
17	＊＊	397,051	7勝5敗
18	＊＊	385,934	12勝10敗
19	＊＊	374,192	13勝5敗
20	＊＊	370,053	13勝10敗
合計		11,056,378	239勝129敗

子供のようにな」

「先輩それはひどいな。私はそんなことはありませんよ」と言って太一は飲みかけたグラスを止めた。

「冗談だよ。どちらにしても具体的なやり方は後で話すよ。そうだ。一度俺の店に来るか? 実際にやっている現場を見ながら話をした方がいいかもしれないな」

「ありがとうございます。是非お伺いします」

そう言って太一は頭を下げた。

「ところで先輩。勝ち数がかなり多くないと来ない人というか、儲からないと来ない人はどうするんですか?」

「それは自店のホールに対する考え方によると思うよ」

「どういう意味ですか?」

「例えば、すべての人はお客様だからそういう人には儲けさせることも必要だと考える考え方があるよね。そうじゃない、儲からないと来ない人は、うちのホールに遊びに来ているんじゃなくて、仕事に来ているからお客様ではない。したがって儲からないから去っていくのは仕方がないと考える考え方も一つだね。でも単純に考えると儲からないから来ない人は本当に客と言えるのか、ということだろう。私の言っている満足できる勝ちを提供することと、トータルでお客様が儲けることとは別だからね。トータル勝敗金額で負けても、これだけの勝ち体験が出来るならまた来るよというのが『お客様個々人に応じた必要最低限の勝ちを与えている』ということだからね」

「そうですよね。金額にもよるけど、儲からないから来ないというお客様もすべてお客様という考え方は無理がありそうですね。そんなことをしていたら、お店が損しますからね」

「太一、まさか本当にホールが損をしていると思ってないだろうな?」

「えっ、どういう意味ですか?」

「よく勘違いするのが、『ホールが損している』という考え方なんだ。勝ちを独り占めする人がいたとしても、その人がいるから、今日は粗利をいつもより少なめでしかたがないとは思ってない。実際はその人の勝ち分を、他のお客様に負担させているだけなんだ。決してホールが損しているのではない。ホールは粗利計画を目標に必要な粗利を取っている。そうだろう太一」

「そう言われればそうですね」

「損をしているのはホールじゃなくてお客様。他のお客様に迷惑をかけているという意識が無いから、セミプロみたいな人がいても気にならない。ホールが我慢すればいいと思って諦めている。これでは今以上に多くのお客様の支持を得るのは難しいんじゃないかな。太一がそんな意識なら、店長もあまり気にしないだろうね」

「……」

鈴木先輩は、カバンから取り出した資料を指差した。「この上位客(表1)を見ると、どれだけのお客様に負けてもらわないと成り立たないか分かるだろう。一人2万円負けるとして、550人のお客様に負けてもらわないと、上位20名は養えない計算になるね。こんなに多くのお客様に迷惑をかけている人を放っておいて、自分のお店に来て欲しいというのは無理があると思わないか?」

「……なるほどね、先輩の言いたいことは分かりました。大勝客の対処(第7話)にはもっと深い意味があったんですね。訂正します。他のお客様の迷惑になりますから、儲からないと来ないお客様にはなるべく勝ちを提供しないことにします」

「OK、それじゃ話を進めるよ。これまでの話は、お客様をつなぎとめる必要条件であっても十分条件ではない。これからは十分条件の話をしていくからね」

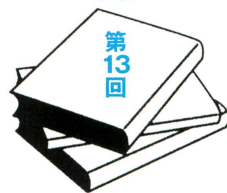
「お願いします」

経営者の考えがブレると、下に行くほど大きくなると言われている。先輩と話していて、自分の安易な考え方が店長やその下の社員に対して見えない壁になっているように感じてきた。

頭を切り換えておかないとせっかく導入する顧客管理システムがただの会員管理システムになってしまう。顧客管理システムをOne-to-Oneマーケティングのツールにまで高めている先輩が身近にいたことは、非常にラッキーのような気がしてきた。 AJ

時代をつかむ読書力

廣川州伸（ビジネス作家）＝文
text by Kuninobu Hirokawa

イメージトレーニングでスピーチ上手に

経営陣の仲間入りをしたとたんに、人前で話す機会が増える。プライベートなら失敗も愛嬌だが、会社の「顔」としてスピーチを頼まれた場合、できませんでは済まないこともあるだろう。そう考えると、足がふるえる。

今では「廣川さんはいいですね、あがらなくて」と言われることも多くなった私も、以前は、講演どころか研究会での発表やクライアントへのプレゼンなどでも、あがりまくっていた。だが、たとえ緊張してあがっても、それは「真剣に話そうとする意思の現れだから、恥じることはない」と気づいた。その頃から、あがることが苦にならなくなった。今では、あがっている自分を楽しめるようになっている。

そんな私が、これは役立つと思ったのが金井先生の『人前で3分、あがらずに話せる本』である。私は、自分がなぜ人前ですらすら話せるようになったか、その理由を分析したことはなかった。しかし本書を読んで、なるほどと合点がいった。ちなみに筆者の金井英之先生は、都内、川崎などで「話し方教室」を展開するトーク＆コミュニケーションアカデミーの学院長。ここ一番で「キチッと話せる技術」を伝える大家である。

☆　☆　☆

人前で堂々とスピーチができることは、プレゼンが得意ということだ。プレゼンで相手の気持ちを惹きつけられなければ、仕事はまわってこない。そもそも、仕事とは一人でするものではない。ましてサービス業ともなれば、お客様はもちろん、日々商談や交渉の連続である。そのたびにあがっていては、身体がもたない。

では、どうすればいいのか。

金井先生の作戦は、こうだ。とにかく「3分話す力」が全ての基本。3分間をしっかり話すことができれば、その積み重ねで、1時間でもスラスラ話せるようになる。また、3分話す基本を身につければ、「あがり症」も克服できるという。

☆　☆　☆

具体的な方法をみていこう。

まず、「あがる」のは人の本能だという認識を持つことから、レッスンは始まる。私たちには、①自由本能（誰にも束縛されたくない）②自己防衛本能（外敵から自分を守る）③自己尊厳本能（自尊心を傷つけられたくない）という3つの基礎本能がある。この本能が満たされているときは精神状態が穏やかであり、心にもゆとりがある。しかし、どれか一つでも外部から侵されると、心が乱れ、精神状態が不安定になるという。確かに、人前で話さなければいけないという状態は、「自由を束縛された状態」に他ならない。もうすぐ自分の番がやってくる、そう思っただけで緊張は高まる。

では、どうすれば本能を押さえて、あがらないようにできるのか。まず、気持ちを切り替えることだ。人から束縛されるから、本能を刺激する。逆に、スピーチを自発的に行うと考えればいい。もちろん、考えだけでは足りない。人前で話すことに慣れていなければ、自己防衛本能を刺激する。それゆえ、人に注目されることに慣れる必要がある。通勤電車の乗客やホームの人ごみを観客とイメージして、スピーチしている自分を思い描く。そんな訓練も、毎日やれば効果的だろう。

本書で、説得力のある話の組み立て方、聞き手を惹きつける話し方、本番に強くなる自己暗示のかけ方など、ここ一番でキチッと話せるスキルを磨いてほしい。AJ

『人前で3分、あがらずに話せる本』

著　　者　金井英之
発　　行　すばる舎
本体価格　1,470円（税込み）

ひろかわ くにのぶ
1955年生まれ。東京都立大卒業。現在、コンセプトデザイン研究所所長。コンサルタントとして、地域活性化、ブランド戦略、新事業開発などを推進。またビジネス作家として執筆、出版プロデュースなども推進。日本ビジネス作家協会事務局長。ソーシャルマーケティング推進協議会理事。著書・共著に『米国最新ビジネスモデル特許564』『花王 強さの秘密』（実業之日本社）、『ブランド価値評価手法がよーくわかる本』（秀和システム）、『Xデー銘柄完全ガイド』（ランダムハウス講談社）、『週末作家入門　まず「仕事」を書いてみよう』（講談社現代新書）など多数。

遊士放言

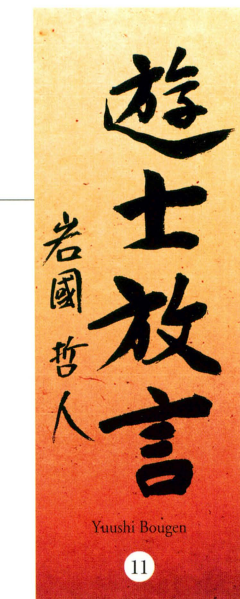
岩國哲人

Yuushi Bougen

11

総理の世界史疑惑

下がる一方だった投票率が2005年の郵政民営化劇選挙では六〇%から六八%に上がるという異常な現象が見られた。

総理が先頭に立って刺客団まで編成して集団いじめを実行し、メディアがそれをはやし立て、今までは選挙に振り向きもしなかった「無関心派」を投票にかり出したからである。

そのような「いじめ面白がり」の票で議席を増やした政権に、そもそも教育基本法を提案する資格があるのだろうか。

「集団でいじめれば勝ち組になれる」というお手本は、教育には良くない。

世界史の未履修問題についても同じことが言える。十一月三日の毎日新聞の政治漫画で、安倍さんがブッシュ大統領に「安倍クン、世界史履修した?」ときかれている。

その前日の衆議院の教育基本法に関する特別委員会で、安倍総理は欠席だったが私は同じことを質問した。

全大臣について調べて答弁するように前日に官房長官に事前通告しておいたにもかかわらず、「ほとんどの大臣は履修しており一部の大臣は明確ではない」という答弁。世界史いじめをするつもりもないので、それ以上の追及はしなかったが、当時は必修ではなく選択制だったから、年金とは違い、「未修三兄弟、四兄弟」というほどに緊張する問題ではない。きちんと時期も高校名も挙げて官房長官は答えるべきだ。

私が安倍総理の世界史について関心を持つのは、「歴史認識は歴史家にまかせる」という姿勢に疑問を持つからである。確かに、細かい事実の確定やそれに直接関係する評価は歴史家に任せてもよい。しかし、それを全体として評価し、どこが間違ったかを反省して現代に生かすのは、国民を導く政治家としての大切な責任ではないか。侵略を受けた国と、どういう歴史認識に立って新たな関係を築こうとしているのかは、相手国にとっても大切なことだが、それ以上にまず日本国民が知らなければならないことだ。

二十世紀最大の戦争について歴史観を語れない、語ろうとしない政治家が世界に通用するはずがない。そういう指導者しか持てない日本は不幸である。

安倍総理は世界史を履修したのか、しなかったのか。

履修したけれども語れないのか、語らないのか。

いや単純に、履修しなかったから語れないだけのことなのか。

国民が教育について、そして高校必修とされる程に重要な世界史についても関心が高い今こそ、「歴史疑惑」を晴らすべきではないか。

三十四年前、北京の人民大会堂に田中首相を迎え、周恩来首相が述べたアジアの戦争に関する歴史観が、日中の新しい歴史の扉を開いたのである。

政治こそ歴史ではないか。生きている歴史、明日の歴史をつくるのが政治家の役割ではないか。その政治家が歴史観を語れないとは何ごとか。

「総理という立場だからこそ語れないのでしょう」という伊吹文科大臣の答弁はアベ・コベではないか。総理だからこそ、歴史を語らなければならないのだ。 AJ

いわくに てつんど　衆議院議員・元出雲市長
1936年大阪市生まれ。東京大学法学部を卒業後、日興證券ニューヨーク、パリ、ロンドンに駐在。メリル・リンチ・ジャパンの社長・会長、米国本社の上席副社長を経て、89年島根県出雲市長に就任。96年より衆議院議員。現在4期目。

村瀬千文の
世界のホテルめぐり歩き
13

セビリアののどかで幸せな時間

「そこで一杯飲りながら待とうや」

タクシーの運転手が広場の角のバールを指さした。

セビリアの駅から旧ユダヤ人街のホテルに向かっていた時のこと。途中、工事で道がふさがれ、通行停止。復旧まであと1時間くらいかかるという。一方通行で戻ることもできない。

さてさて、どうしよう。ここから荷物を持って歩こうか。が、真昼で外は30度を越える暑さ。距離はまだけっこうありそうだし、ホテルの場所もよくわからないし……とあれこれ相談する私たちに、運転手があっさりと解決策をさずけてくれた。

バールはスペインの街角のどこにでもありそうな店がまえで、地元客たちが昼さがりに一杯やりながらたむろしている。店に入ると運転手は、「セルベッサ（ビール）でいいか？」と私たちに尋ね、注文するとポケットからお金を出してカウンターの上に置いた。私がお金を払おうとすると、運転手は「俺のおごりだよ」とでもいうように首を振り、照れたようにビールをぐいっと飲んだ。グラスを持って店の外に出ると、楽しそうにおしゃべりしながら立ち飲みしている客たちがグラスをちょっとあげて笑顔で挨拶する。

こんなふうに待つ1時間のすごし方もあるのだ。太陽が真上から照りつけ、汗が流れるほどの暑さなのだが、なんともいえずさわやかな気分だった。

ホテル「ラス・カサス・デ・ラ・フーデリア」は迷路のように入り組んだ旧市街の中にあった。石づくりの高い塀で囲まれた外観からはうかがいしれないが、門を開けて中に入ると、あっとびっくり。あざやかな緑と花々であふれる秘密の花園のような庭があらわれた。

このホテルを教えてくれたロンドンの建築家も仕事で長期滞在した際に泊まったと言っていたが、部屋のつくりもホテルというより趣味のいいアンティーク家具をそろえた個人の家のようで、どこかゆったりした時間が流れている。

ランチにパエリアでも食べようかと表通りに出ると、隣は教会だった。扉を開け中をのぞきこむと、ちょうど結婚式が始まろうとしていた。私たちと目が合った花嫁の父らしき男性が、しきりに手を振って招きいれて

むらせ・ちふみ

ホテル・ジャーナリスト。ホテル愛好家の集まり「ホテル・ジャンキーズ・クラブ」代表。主な著書に『リゾートホテル・ジャンキー』『世界のホテルで朝食を』（共に幻冬舎）など。

くれた。
凛としたスマートな美青年と、黒髪ときりりとした表情が印象的な花嫁の美しいカップルで、見るからに幸せそうに時々目を合わせては微笑みあう。花嫁の父はそんな娘がたまらなく自慢でいとおしくもあり、また一抹のさびしさもあるという、万国共通の表情をかわるがわるに浮べながら、出席者のお祝いの挨拶に忙しくこたえたり、突然の闖入者である私たちに身振り手振りであれこれと気を配ったりと忙しい。

めいっぱいに着飾った親族一同と友人たちが嬉しさと華やぎを抑えきれない様子でひっきりなしにしゃべっているので、教会の中は声が反響して大変なにぎやかさだ。が、神父さまが登場すると、一斉にしんと静まりかえった。前列の新郎をはじめ、新郎新婦の父など男性陣はみな、背筋をすっとのばし両手を胸の前で水平に組んでいる。

ふと横を見ると、晴れ着を着せられた隣のチビも刈りたての前髪からおでこを出し、真似して腕を組んでいる。思わずくすりと笑うと、気づいた他の列席者たちが、「ほら、あのチビを見てみろ」とでもいうように肘でつつきあい、教会内にざわめきが広まる。が、お祈りの言葉を唱えていた神父さまが見回してにっこり微笑むと、また一斉にしんと静まりかえる。そんな繰りかえしで式が終わり、外の広場に出た参列者は、再び心おきなくおしゃべり全開だ。いつまでたっても人気は引かず、にぎわいは続き、通りをゆく人々と幸せをわかち合っている。

「惜しみなく与えよ、さらば与えられん」。

突然こんな言葉が心に浮かんだセビリアの昼さがりだった。AJ

空と海に囲まれた住まい

空と海を見渡すダイナミックな眺望。06年夏にオープンしたショッピングセンター『横浜ベイクォーター』と横浜駅にも直結し、スタイリッシュで快適な、横浜ならではの暮らしが満喫できる海を望むラグジュアリーレジデンスが誕生する。

文＝中島理恵
text by Rie Nakajima

横浜駅から、歩行者デッキで徒歩6分。巨大ターミナルのすぐそばに、カモメやウミネコが飛び交う海を望む住まいがある。『パークタワー横濱ポートサイド』。住戸の90パーセント以上が海に面していながら、駅だけでなく『横浜そごう』と06年にオープンしたショッピングセンター『横浜ベイクォーター』に直結。輸入家具のインテリアショップやタラソテラピーのサロン、ファッションブティックなどを日常的に利用するスタイリッシュな暮らしと、海辺の景観を兼ね備えた「横浜らしさ」を最大限に満喫できる住まいである。

例えば、海を見ながらワインと食事を楽しむ。リビングダイニングは最も眺望のいい場所にあり、角に柱を出さない設計で理想的なパノラマビューが堪能できる。ゲストを招いて語り合う、ひとり静かに読書に耽る……。雄大な空と海のスクリーンが、さりげない日常をも、ひと際豊かに彩ってくれる。

ビューバスプランを選べば、浴室で海と星空を眺めながら寛げる。大晦日、新年を迎える瞬間に一斉に鳴らす船の汽笛を、ビューバスからゆったりと聞く贅沢。真夏にはバルコニーでビールを飲みながら花火を鑑賞することもできる。

海と空の開放感をさらに追求したのが、2層吹き抜けで高さ

A／エイジング手法で風合いを出したプロムナード。昔ながらの横浜と新しい横浜を表す「プリミティブ&モダン」をデザインモチーフにしている　B／エントランスホール。横浜駅や横浜そごう、横浜ベイクォーターとは2階のサブエントランスから歩行者デッキで結ばれている　C／モダンなデザインの和室も用意　D／バーカウンターでひとりでも寛げるスカイラウンジ　E／リビングダイニングには2方面に広がる全面ガラスのL字型コーナーウィンドウを設置

Vol.8 PARK TOWER YOKOHAMA PORTSIDE

THE PREMIUM RESIDENCE

D

約5・1メートルの大開口パノラマビューが独占できるメゾネットタイプ。横浜でも随一のダイナミックな景観を、一日中楽しみたい人にお薦めだ。

異国情緒溢れる港街の歴史を大切にしつつ、常に新しいものを取り入れる自由さを持っているのも横浜らしさのひとつ。『パークタワー横濱ポートサイド』では、1階、2階にヨーロッパの港街を思わせる石づくりのプロムナードを設置。ガス灯のあたたかな光が、さらなる「横浜風情」を漂わせている。

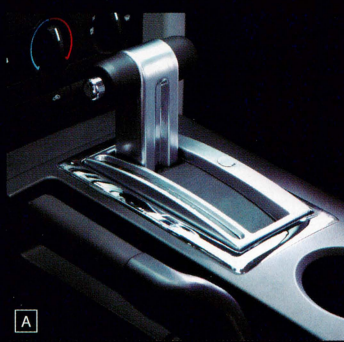
横浜ならではの、どこより快適な住まい。海と空に囲まれた『パークタワー横濱ポートサイド』で、自分らしい新たなライフスタイルを見つけたい。AJ

DATA

パークタワー横濱ポートサイド
所 在 地／神奈川県横浜市神奈川区金港町2-1
入居予定／平成20年6月下旬
販売価格／28,400,000円～139,000,000円
問 合 先／TEL.0120-458-028

E

力強さと美しさの融合

Ford Mustang

A

1964年のデビュー以来、一貫してパワーを追求してきたマスタングは、新型マスタングにおいてもアメリカン・マッスルカーとしての伝統を継承しつつ、現代的なデザインを取り入れている。マスタングを象徴するロングノーズとショートデッキ、サイドのCスクープ、3連テールランプ、グリルの中央に取り付けられたギャロッピングホースのエンブレムなど、誰もがひとめでわかるようなデザイン要素が盛り込まれている。

クーペとコンバーチブルのふたつのボディを同時開発し、デザインの統一性を追求するとともに、コンバーチブルの重量増を最小限に抑え、クーペと遜色ない走りを実現した。

エンジンはV6、V8とともに一新。V6は新たに4・0L SOHCを採用し、最高出力は15kW(20PS)アップして157kW(213ps)となった。V8はアルミ製シリンダーブロックと3バルブヘッドをもつ4・6L3バルブSOHCを採用。先代モデルから30kW(40ps)アップの224kW(304ps)の出力を出現している。

トランスミッションは5速ATを採用し、加速性能と燃費性能が向上。新型パワートレイン・コ

ントロール・コンピュータが、スロットルポジションやエンジン回転数などに基づいて、シフトタイミングを精密にコントロール。コンピュータとトランスミッション間の通信速度は先代の10倍に高速化し、効率的で滑らかな変則を実現している。

サスペンションはフロントにマクファーソンストラット式。リアにはファンからの支持が高いリジッドアクスルを継承した。

伝統と革新が共存する洗練されたインテリア

インテリアは、乗り込んだ瞬間にマスタングのDNAを感じることができる、独自のデザイン、左右対称・デュアルコックピットを継承。ステアリングにも1960年代のデザインを反映させた。

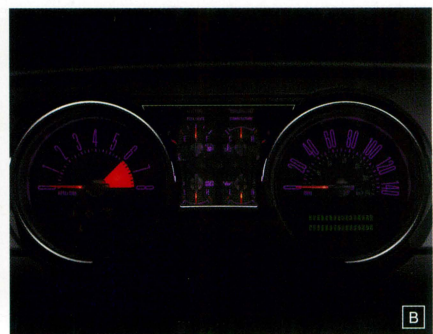
さらに、本革シート、本革ステアリングなどが使用され、プレミアムなイメージを高めている。特にV8GTは、フロントにサイドサポートの張り出しが大きなスポーツバケットシートを採用。ワインディング走行時に充分なサポート性能を発揮するだけでなく、見た目にもスポーティーな雰囲気を演出している。

ステアリングホイールは、センターハブにギャロッピングホースと3色のバーをあしらい、シルバーの3本スポークと本革巻きリムをもつ。これは1976年型マスタングのデザインを採り入れたものだ。ATのシフトレバーはT字型で、シルバーのレバーを太く角張った造形とすることで力強さを表現した。

運転席・助手席の前面を台形状に盛り上げた、左右対称のインストルメントパネルは、初代マスタングの造形を受け継いだもの。そのうえで、全面をアルミ調パネルで覆うことで、モダンでハイクオリティな雰囲気を演出した。センターパネルはシンプルなブラック仕上げで、オーディオやエアコンなどは操作性の高い機能的なレイアウトとなっている。 AJ

D

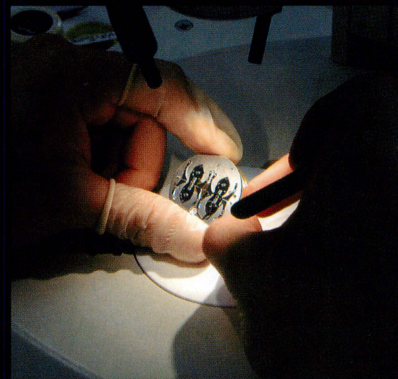
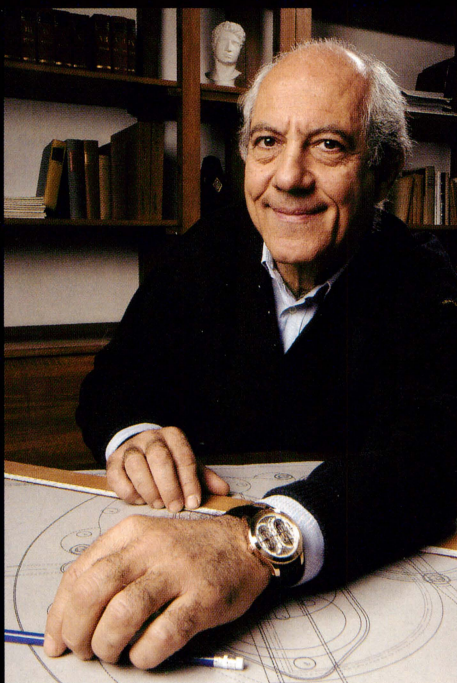
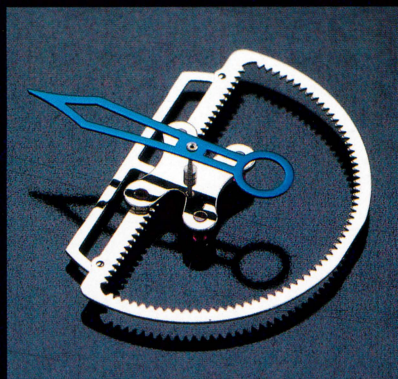
C

B

A 路面を焦がすようなパワーを確実に伝達するため、新設計の5速オートマチックトランスミッションを全モデルに搭載 B クロームで縁取られた砲身型のメーター C 本革シート、本革ステアリングなどが使用され、プレミアムなイメージを高めている D 60年代のマスタングの雰囲気が薫る3本スポークの本革ステアリングと、アルミ調インストルメントパネルが調和するモダンクラシックなインテリア

フォード・ジャパン・リミテッド　フォードお客様相談室　TEL.0120-125-175　http://www.ford.co.jp

CARLO FERRARA

CARLO FERRARA
カルロ・フェラーラ

常識を覆す、レギュレーター・ウォッチの発想

カルロ・フェラーラ　ローマ生まれのベテラン時計師。30年間のキャリアを生かし、1997年、カルロ・フェラーラを創業する

モントレ ソルマーレ株式会社　〒110-0005 東京都台東区上野5-15-17 TEL.03-3833-4211
www.montre-solmare.jp info@montre-solmare.jp

「世界で他にない、独自の動きを持つ時計を作りたい」。イタリア人時計師カルロ・フェラーラは、1997年、ついにこのアイデアを形にした。文字盤上左右に配置されたシンメトリックな二つのサブダイアル上を、針が直線と弧を描いてダンスを踊る様に動くレギュレーター・ウォッチである。一方の針が上ってゆく間にもう一方の針は下がり、突然どちらかがくるりと回転、逆方向へ動き出し、上下運動を繰りかえす。独自の半円形パーツにより、ユニークな動きを実現すると同時にムーブメントの小型化にも成功した。

カルロ・フェラーラの時計は、スイスとローマの工房で、細心の注意をもって組み立て作業からハイレベルな加工作業まで行っている。オリジナリティ溢れる動きの魅力をさらに引き出す文字盤、ケース・デザインを追求し、1998年バーゼル・デビューを果たしたラウンド・ケースの「クラシック」をはじめ、2003年に堅牢なスクエア・ケースの「クワドロ」、2004年にサファイア・クリスタルを文字盤に用いたスケルトン・モデル、「ザッフィーロ」を発表した。

そして2006年バーゼルでは、ひと回り大きな直径43㎜のスポーティーなケース・デザインが実現し、ブランドに新風を巻き起こす新作が発表された。パワーリザーブ・インジケーターと第二時間帯表示を備え、針がぶつからないよう立体的な構造を持つ文字盤の「レギュレーター2」、ヴァカンスに気軽に着けて行ける、サブダイアルをひとつにした軽快な「カルロ・フェラーラ・キューブ」、魅惑的なデザインの「サーカス」の3モデルだ。AJ

BASEL 2006 MODEL CARLO FERRARA CUBE
カルロ・フェラーラ・キューブ

ヴァカンスに似合う、スポーティーモデル

カルロ・フェラーラ・キューブは、従来のクラシックなモデルと比較してより堅牢になったケースに加え、独自のレギュレーター機構は右サブダイアルに、分針と秒針はセンターに配置してアシンメトリックながら非常にシンプルな文字盤デザインとなっている。「ヴァカンスへ気軽に着けて行けるような時計が欲しかった」というブランド ディレクター、セルジオ・フェラーラの思いが結実し、スポーティー&スタイリッシュなモデルに仕上がった。

ムーブメント	自動巻(CF300)
機能	時(右サブダイアル)・分、秒(センター)
ケース	ステンレス・スティール
ガラス	両面反射防止加工済サファイア・クリスタル
文字盤	ブラック/ホワイト/ ブラックとホワイトのコンビネーション
サイズ	直径43mm、厚み13.45mm
ブレスレット	レザー・ストラップ
防水性	10気圧防水
価格	651,000円(税込)

BASEL 2006 MODEL REGOLATORE DUE
レギュレーター2

堅牢さは、よりエレガントに進化を遂げる

GMT機能とパワーリザーブ機能を新たに搭載、従来のレギュレーターの複雑な動きに並んで配置され、一層魅力のあるモデルへと変革を遂げた。ソフトでありながら確固としたラインを持つケースは堅牢さとエレガンスを同時に醸し出す。それぞれのインジケーターは、絶妙に均整の取れたフェイスを作り、踊る様に動く。 GMT針、パワーリザーブ・インジケーターの針が従来の針がぶつかり合わないように、緻密な立体構造を持つ文字盤になっている。

ムーブメント	自動巻(CF150)
機能	時(右サブダイアル)・分(左サブダイアル)・秒(センター) 40時間パワーリザーブ表示・第二時間帯表示(24時間)
ケース	ステンレス・スティール/シースルーバック
ガラス	両面反射防止加工済サファイア・クリスタル
文字盤	ブルー/ブラック/シルバー
サイズ	直径43mm、厚み13.45mm
ブレスレット	クロコダイル・ストラップ
防水性	10気圧防水
価格	1,323,000円(税込)

BERES

もっと上手くなるための、シンプルな結論。

BERES MG712

やさしさと飛距離性能を兼ね備えたフルチタンドライバー

6つのパーツに分かれた鍛造製法を取り入れ、各パーツには最適なチタン素材を採用。フェースには高強度で弾きの良い15-3-3-3チタン。センター付近に厚みをもたせ、周辺部は薄く、オフセンターヒット時にも高い飛距離性能を発揮する。またクラウンはケミカルミーリング加工で、最適なたわみを生み出し、低い重心位置を実現した。

ヘッド体積／460cc
標準長さ／45.5inch
標準ライ角／59°
総重量／287g（R）、290g（S）

BERES TW912

プロ・上級者のパワーを発揮できる5ピースの鍛造製法

弾きのよい15-3-3-3チタンを「カップフェース構造」にし、フェース面を部分肉厚「パワーサークル・フェース」にすることで、SLEルール適合モデルでありながら、エネルギーのロスを抑え、大きな飛距離を実現した。低重心設計に加え、5ピースの鍛造製法を取り入れプロ・上級者のパワーを最大限に生かすドライバー。

ヘッド体積／410cc
標準長さ／45 inch
標準ライ角／59°
総重量／314g（R）、318g（S）

2005年11月に誕生、7シリーズと9シリーズのゴルフクラブを発売開始したBERESブランド。それは、いつも自分自身に最高のパフォーマンスを求めるプレイヤーのためのアイテムと言って良い。ビギナーであろうと上級者であろうと、常により良いスコアの実現を追い求めるアスリートマインドの持ち主ならば、いつかBERESブランドを手にする日がやってくる。

優れたクラブは、構えた瞬間に違いが分かる。ヘッドを見つめた途端に、美しい弾道が思い描け、グリーンの着弾音までもが聞こえてくるようなクラブ、BERES。そんな製品作りを可能にしたのは、本間ゴルフの熟練工たちが、長い歴史の中で一つひとつ積み重ねてきた高度な技術だ。今年4月には5シリーズ、6シリーズ、8シリーズを追加し、BERESのフルラインナップが完成。そして今、新モデルウッドMG712とTW912を加え、BERESは究極の進化を遂げた。

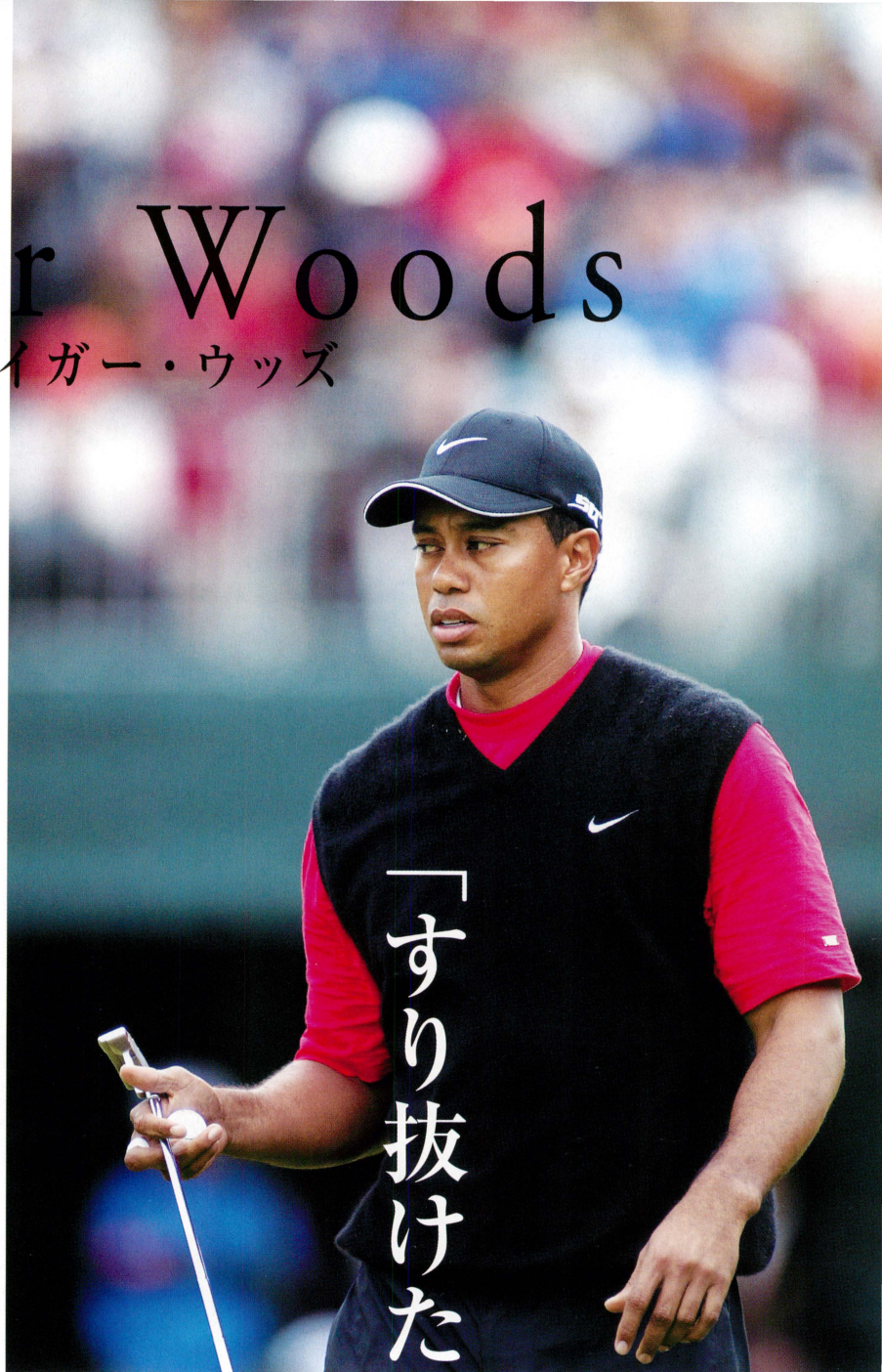
ゴルフの魅力は底知れず、上達の道に終わりはない。けれども、あらゆるゴルファーを、次のレベルに引き上げていくクラブがここにある。もっと上手くなるための、シンプルな結論。BERESシリーズをあなたに。 AJ

HONMA　お問い合せ　（株）本間ゴルフ　TEL.03-5707-8008

プロを解き放つ、飛ばし系4×5。
飛距離の壁を打ち破る、新構造フォー・バイ・ファイブ(4×5)採用。
BERES
TW912
NEW
「4方向カーボン/ARMRQシャフト」×「5ピース鍛造フルチタン」が飛びのクオリティを一新する。
SLEルール適合モデル
PROFESSIONAL
HONMA GOLF CO.,LTD. 03-5707-8008
beres.jp HONMA

TOURNAMENT REPORT

ダンロップフェニックストーナメント
11月16日〜11月19日 フェニックスカントリークラブ

Tiger Woods
タイガー・ウッズ

「すり抜けた3連覇」

ダンロップフェニックストーナメント 上位成績

順位	スコア	選手	1R	2R	3R	4R	トータル	賞金(千円)
1	−9	P・ハリントン	67	66	71	67	271	40,000
2	−9	T・ウッズ	67	65	72	67	271	20,000
3	−8	深堀 圭一郎	68	71	69	64	272	13,600
4	−6	J・ローズ	73	63	72	66	274	8,800
4	−6	片山 晋呉	65	70	71	68	274	8,800

今大会3連覇をかけて挑んだタイガー・ウッズ。3日目を終えてハリントンと並ぶ首位タイ。最終日を首位タイで迎えた場合の勝率は約90%。過去48試合中、勝てなかったのは5試合だけだった。逃げ切りは得意のパターンのはずだった。

しかし、最終日3打差の首位で迎えた332ヤードの13番。前日まではワンオン狙いのパー4。しかしこの日はティショットでアイアンを選びバーディを逃した。逆にハリントンにバーディを奪われて差は2つ。16番では短いパーパットを外してボギー。首位に並ばれ、2年連続のプレーオフに持ち込まれた。

プレーオフは過去14勝2敗。プレーオフ2ホール目、ハリントンがティショットを左の林に打ち込んだ。タイガーの勝利を誰もが確信したが、欧州ツアー賞金王は、木と木の間わずか50センチを抜いてピンチを脱出。ラフからの第3打を、ピンそばにつけて見せた。

ウッズのバーディパットが外れて、3連覇の夢が消えた。

試合後、「また来年、リベンジに来るか」との質問にこう答えた。

「ぜひ戻って来たい」 AJ

TOURNAMENT REPORT

カシオワールドオープン
11月23日〜11月26日 Kochi黒潮カントリークラブ

Michell Wie
ミシェル・ウィー

「成長する17歳」

カシオワールドオープン　上位成績

順位	スコア	選手	1R	2R	3R	4R	トータル	賞金（千円）
1	−16	J・M・シン	66	69	69	68	272	28,000
2	−14	D・スメイル	72	67	67	68	274	14,000
3	−12	片山　晋呉	70	68	70	68	276	6,720
3	−12	林　根基	70	68	69	69	276	6,720
3	−12	武藤　俊憲	69	68	69	70	276	6,720
3	−12	原口　鉄也	66	68	70	72	276	6,720

前年に続いて日本の男子ツアーに挑戦したミシェル・ウィー。しかし、男子ツアーの壁はまたしても17歳の「少女」をはねのけた。

初日は9オーバーの100位。2日目も8オーバー。挽回できなかった。通算17オーバーは前日の"ブービー"のまま。今年も決勝ラウンドへ進出できずに終わった。

ホールアウト後のインタビューでは、海外のメディアから厳しい質問も飛んだ。

「男子ツアーは、もう少し成長してから挑戦すれば?」

それでも、ウィーは気丈に答えた。

「女子は男子より成長が早く、そういった意味でも私は十分に成長している」

誰の目にも昨年よりふっくらとした身体つきに見えた。少女からオトナへと成長するウィーにとって、いまは過渡期なのかもしれない。

日曜日には再び会場に来て、子供たちへのサイン会を行った。ハワイから持参したオリジナルのクリアファイルにその場でサインをして手渡すこだわりぶり。子供たちに最高の思い出を残して、成長する17歳はプライベートジェットで帰国した。AJ

KYORAKU CUP

第7回日韓女子プロゴルフ対抗戦

日韓トッププロが激突！

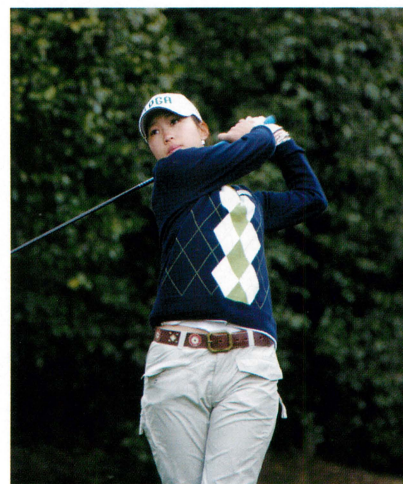
韓国パワーが日本を圧倒

韓国チームの金美賢キャプテンに賞金を贈る
京楽産業.の榎本善紀大会会長

第7回目となる日韓女子プロゴルフ対抗戦が12月2日・3日の2日間、福岡県の福岡センチュリーゴルフ倶楽部で開催された。今年は京楽産業.が新たに冠スポンサーとなり、「KYORAKU CUP」として開催。2日間のトータルポイントを29対19として韓国チームが勝利を飾った。

女子プロゴルフの今季最後を飾る日韓対抗戦。韓国チームは2006年米ツアー賞金ランク6位の金美賢、同8位で日本女子オープンを制した張晶ら米ツアー20位以内のビッグネーム7人を揃えたほか、日本ツアーは賞金ランク2位の全美貞、4位の李知姫、5位の辛炫周に加えて韓国ツアーの上位3人を揃える最強布陣。対する日本チームは初の賞金女王を獲得した大山志保を筆頭に賞金ランク上位の横峯さくら、古閑美保、福嶋晃子らが迎え撃った。競技は日韓12選手が1対1で18ホールのストロークプレーを行い、勝ちに2ポイント、引き分けに1ポイントが与えられ、2日間のトータルポイントで勝敗を決定する方式で行われた。

初日は韓国チームのビッグネームが確実にポイントを取り日本を圧倒。8勝（16ポイント）と日本にダブルスコアの大差をつけた。2日目は日本勢が奮起。横峯さくら、上田桃子、諸見里しのぶの20代選手が活躍。とくに横峯さくらは金美賢を下してこの大会の無敗記録を5としたが、チームとしては韓国に追いつけなかった。結局2日間トータル29対19で韓国チームが勝ち、対戦成績を4勝2敗（1分）とした。

優勝した韓国チームには一人300万円、準優勝の日本チームには一人150万円の賞金が贈られた。MVPは2勝を挙げた韓国チームの李美娜が受賞した。AJ

A 上がってくる選手の応援で盛り上がった韓国チーム。「テーハミング」の掛け声も B 宮里藍、不動裕理を欠いた日本チームだったが、20代の若手選手の活躍が光った C MVPを受賞した韓国の李美娜 D 韓国チームのキャプテンを務めた金美賢 E 日韓戦で負けなしの5連勝と活躍した横峯さくら F 2日目に気を吐いた上田桃子と諸見里しのぶ

日本 19		韓国 29
	【第1日】	
8		16
○ 大山　志保	75－81	崔羅蓮
古閑　美保	74－73	李宣和 ○
福嶋　晃子	79－76	李知姫 ○
川原　由維	78－75	韓熙圓 ○
○ 茂木　宏美	73－79	朴セリ
○ 横峯さくら	74－75	全美貞
西塚美希世	78－74	李美娜 ○
服部　道子	77－75	辛炫周 ○
上田　桃子	77－72	張　晶 ○
中田　美枝	76－74	申智愛 ○
○ 飯島　茜	72－73	朴喜映
諸見里しのぶ	74－71	李知映 ○
	【第2日】	
11		13
△ 古閑　美保	72－72	張　晶 △
○ 福嶋　晃子	74－78	李宣和
川原　由維	73－72	辛炫周 ○
○ 大山　志保	71－74	崔羅蓮
○ 上田　桃子	72－75	李知姫
○ 横峯さくら	73－76	金美賢
中田　美枝	77－71	朴セリ ○
西塚美希世	73－71	李美娜 ○
○ 諸見里しのぶ	71－73	申智愛
茂木　宏美	74－72	李知映 ○
服部　道子	76－70	朴喜映 ○
飯島　茜	79－67	全美貞 ○

（勝ち2点、引分1点、負け0点）

ギャラリープラザに『冬ソナ』ワールド

京楽産業.が日韓友好を目的にスポンサーとなり開催された大会では、ギャラリープラザに20万台のヒットとなった『ぱちんこ冬のソナタ』の実機も展示。大会前日に行われた前夜祭で京楽産業.の榎本善紀社長は「今年は『ぱちんこ冬のソナタ』の開発・販売を通じて韓国の文化に触れて交流を深めてきた。今後も両国の友好・親善のお役に立ちたい」と日韓交流に意欲を見せ、さらに「先ごろ関係者のみなさまに快諾をいただき、『ぱちんこ冬のソナタ2』の制作を決定した」とビッグニュースも披露した。

イーグルアールつくば店

所在地／茨城県つくば市上横場2166-1
建築設計・内装デザイン／メガクリエイト
施工／メガクリエイト

総台数／374台（パチンコ260台、パチスロ114台）
開店日／2006年9月11日（新規）
工事種別／全面改装
規模／地上2階建（ホール1層）
立地／郊外
駐車場／338台
営業時間／9：00～22：45
経営／（株）正栄プロジェクト
代表者／美山正広 氏
店舗数／30店

PACHINKO&SLOT
EAGLE-R
直売所

[イーグルアールつくば店] データ

設備内容

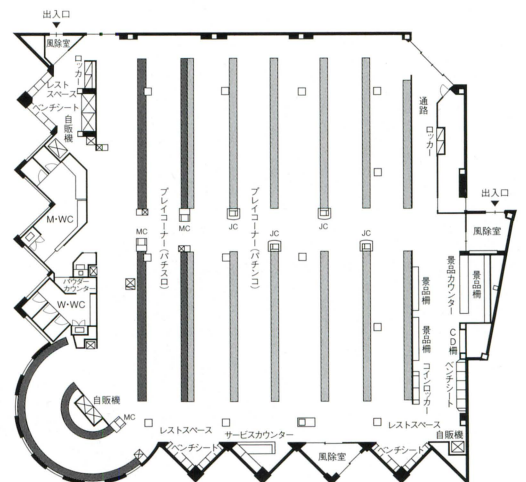
玉補給装置／エース電研
玉計数機／ダイコク電機
メダル補給装置／ジェッター
メダル計数機／ダイコク電機
コンピュータ／ダイコク電機
景品管理システム／ダイコク電機
景品払出機／ダイコク電機
会員管理システム／ダイコク電機
貯玉・貯メダル、再プレイシステム／ダイコク電機
情報公開機／ダイコク電機
監視カメラ／I・T・Aヴィデオ・サービス
音響システム／I・T・Aヴィデオ・サービス
店内無線システム／I・T・Aヴィデオ・サービス
映像モニター／I・T・Aヴィデオ・サービス
各台情報端末／ダイコク電機
空調システム／ダイキン工業
空気清浄システム／三菱電機
遊技椅子／エルゴジャパン
照明器具／遠藤照明
自動販売機台数／6台

おもな仕上材料

【外装】
外壁／砂岩塗装仕上、塩ビシート貼、化粧アルミルーバー

【内装 遊技コーナー】
床／塩ビタイル デザイン貼
壁／PB下地 クロス貼
天井／PB下地 クロス貼

【内装 景品コーナー】
床／塩ビタイル デザイン貼
壁／PB下地 塩ビシート貼
天井／PB下地 クロス貼、化粧アルミルーバー

【内装 休憩コーナー】
床／塩ビタイル デザイン貼
壁／PB下地 クロス貼
天井／PB下地 塗装仕上

Amusement Space

メトロヒルズ

所在地／和歌山県和歌山市三葛137-1
建築設計・内装デザイン／東京オデッセイ
施工／生川建設

総台数／880台（パチンコ572台、パチスロ308台）
開店日／2006年11月3日（新規）
工事種別／全面改装
規模／地上1階建
立地／半郊外
駐車場／750台
営業時間／10：00～22：30
スタッフ数／60名
経営／東和産業（株）
代表者／香野民浩 氏
店舗数／5店

photo＝Nacása&Partners

Amusement Space

［メトロヒルズ］データ

設備内容

玉補給装置／エース電研
玉計数機／ダイコク電機
メダル自動補給装置／日本金銭機械
台間メダル貸機／日本金銭機械
メダル計数機／ダイコク電機
コンピュータ／ダイコク電機
景品管理システム／ダイコク電機
景品払出機／グローリー
会員管理システム／ダイコク電機
貯玉・貯メダル、再プレイシステム／ダイコク電機
両替機／日本金銭機械
監視カメラ／システム エイ・ブイ
音響システム／システム エイ・ブイ
映像モニター／システム エイ・ブイ
空調システム／ダイキン工業
ユニフォーム／白龍堂
遊技椅子／光新星
呼出しランプ／アサヒ電機
照明／大光電機
自動販売機台数／11台

おもな仕上材料

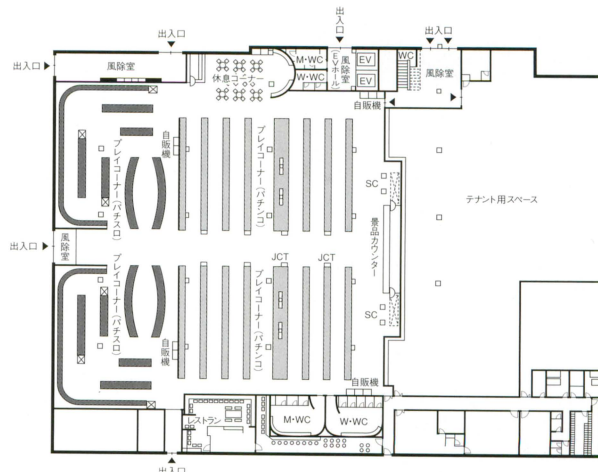
【外装】
外壁／スパンドレル、オフホワイト塗装、ALC板弾性トップ塗装

【内装 遊技コーナー】
床／スーパータソス600角貼、オリジナルカーペット貼、
　塩ビタイルモザイクパターン貼
壁／クリアミラー貼、クロスパターン貼
天井／オリジナルクロス貼

【内装 景品コーナー】
床／スーパータソス600角貼
壁／クリアミラー貼
天井／オリジナルクロス貼

【内装 休憩コーナー】
床／スーパータソス600角貼
壁／タイル貼
天井／オリジナルクロス貼

SPAZIO
PREMIUM COUNTER

DRINK CORNER

Amusement Space

茂原スパジオ

所在地／千葉県茂原市法目935-1
建築設計・内装デザイン／ハウズ
施工／ハウズ

［茂原スパジオ］データ

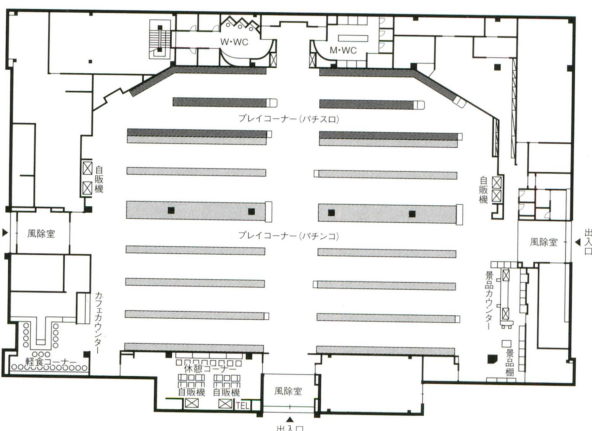
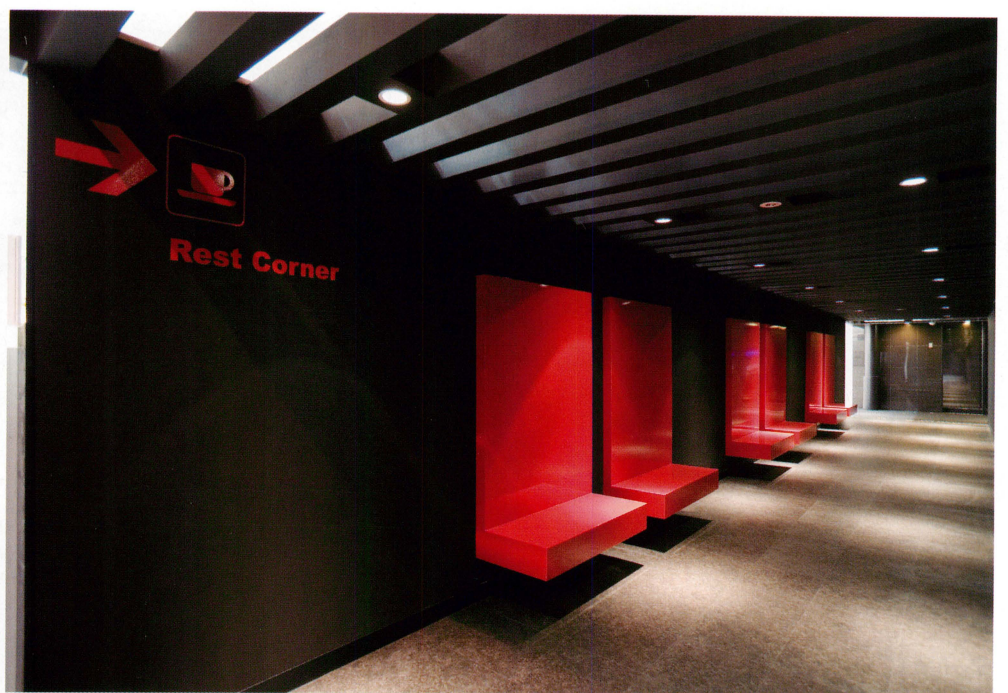
総台数／552台（パチンコ432台、パチスロ120台）
開店日／2006年10月19日（新規）
工事種別／新築
規模／地上1階（ホール1層）
立地／郊外
駐車場／500台
営業時間／10：00～22：45
スタッフ数／25名
経営／（株）プラド企画
代表者／ 加賀谷啓 氏
店舗数／4店

設備内容

玉補給装置／SANKYO
玉計数機／サン電子
台間メダル貸機／大一電機産業
メダル計数機／サン電子
ホールコンピュータ／サン電子
景品管理システム／サン電子
景品払出機／グローリー
会員管理システム／日本ゲームカード
貯玉・貯メダル、再プレイシステム／日本ゲームカード
プリペイドシステム／日本ゲームカード
両替機／グローリー
監視カメラ／日本ビクター
音響システム／日本ビクター
店内無線システム／日本ビクター
映像モニター／日本ビクター
空調システム／ダイキン工業
空気清浄システム／ダイキン工業
ユニフォーム／太洋
遊技椅子／中部インテリア
呼出しランプ／日恵製作所
自動販売機台数／8台

Rest Corner

Rest Corner

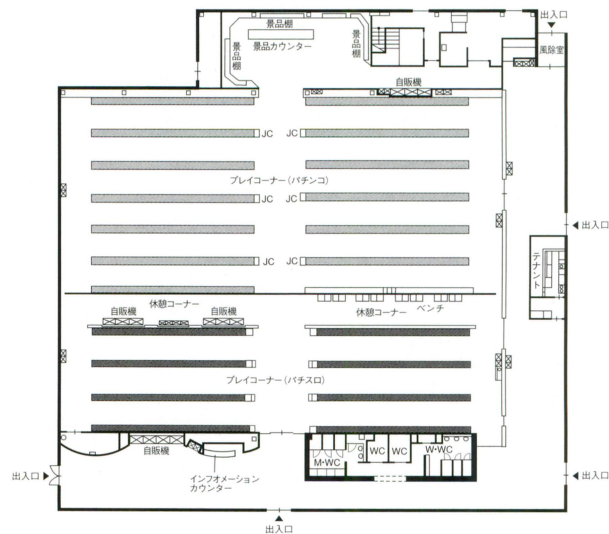
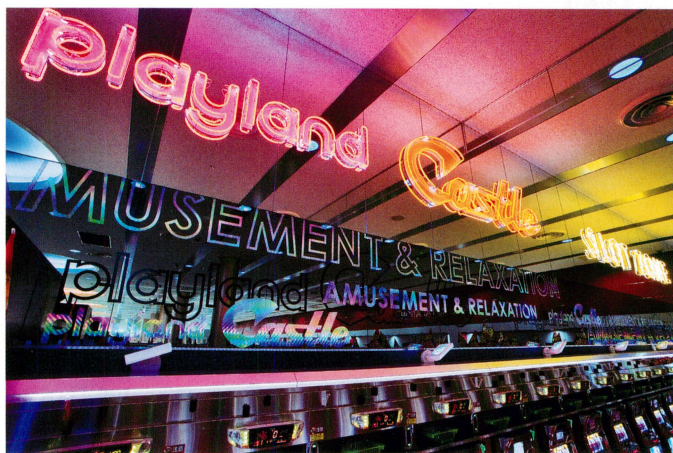
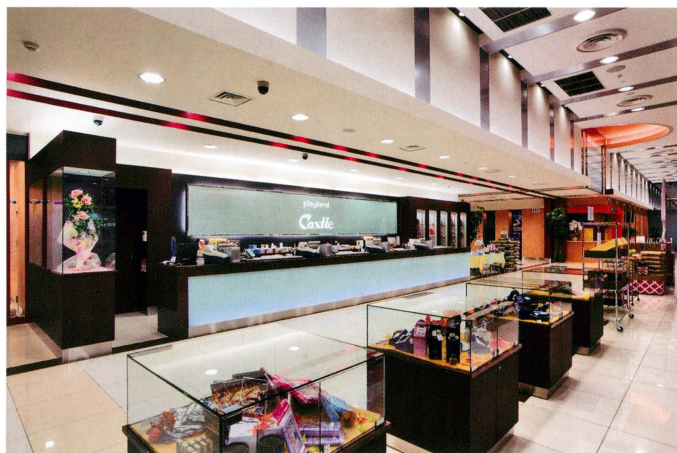
DeruDeru
でるでる
HANYU

Amusement Space

でるでる 羽生店

所在地／埼玉県羽生市大字下羽生388-1
建築設計・内装デザイン／スタジオA建築設計事務所
実施設計協力／宮古建築設計事務所
施工／金田建設

[でるでる 羽生店] データ
総台数／696台(パチンコ480台、パチスロ216台)
開店日／2006年11月2日(新規)
工事種別／新築
規模／地上2階建(ホール1層)
立地／半郊外
駐車場／700台
営業時間／10：00～22：30
スタッフ数／30名
経営／(有)キング商会
代表者／金 一雄 氏
店舗数／9店

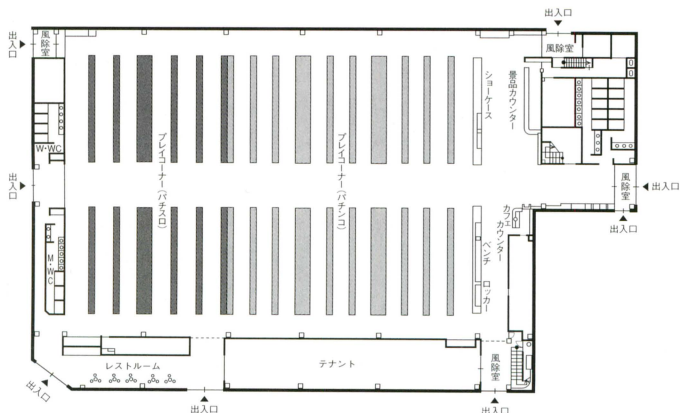
設備内容

玉補給装置／大都販売
玉計数機／グローリー
メダル回収装置／オーイズミ
台間メダル貸機／グローリー
メダル計数機／グローリー
コンピュータ／ダイコク電機
景品管理システム／グローリー
景品払出機／グローリー
会員管理システム／グローリー
貯玉・貯メダル、再プレイシステム／グローリー
プリペイドシステム／日本レジャーカード
監視カメラ／松下電器産業
音響システム／松下電器産業
店内無線システム／松下電器産業
映像モニター／松下電器産業
遊技椅子／光新星
呼出しランプ／光新星
自動販売機台数／13台

Amusement Space

プレイランドキャッスル ワンダー店

所在地／愛知県名古屋市西区二方町72
建築設計・内装デザイン／日光設計
施工／髙蔵建設

[プレイランドキャッスル ワンダー店] データ
総台数／1232台(パチンコ800台、パチスロ432台)
開店日／2006年9月21日(新規)
工事種別／新築
規模／地上1階建(ホール1層)
立地／半郊外
駐車場／900台
営業時間／9：00～23：00
スタッフ数／60名
経営／(株)真城
代表者／真城貴仁 氏
店舗数／6店

設備内容
玉補給装置／竹屋
玉計数機／ダイコク電機
メダル自動補給装置／オーイズミ
台間メダル貸機／日本レジャーカード
メダル計数機／ダイコク電機
コンピュータ／ダイコク電機
景品管理システム／ダイコク電機
景品払出機／グローリー
会員管理システム／ダイコク電機
貯玉・貯メダル、再プレイシステム／日本レジャーカード
プリペイドシステム／日本レジャーカード
情報公開機／ダイコク電機
両替機／日本レジャーカード
音響システム／三晃電子
店内無線システム／三晃電子
空調システム／G.H.P
空気清浄システム／J.G.コーポレーション
呼出しランプ／ダイコク電機
自動販売機台数／17台

島還元補給システム『エクセルマリーン』は、玉場をホールのレイアウトに合わせて設置できる

布研磨による安定稼動で快適な遊技環境を創造

島上をスッキリ見せるSANKYOの玉補給システム

EXCELMARINE
エクセルマリーン

Luterna
ルテルナ

千葉県のほぼ中央部に位置する茂原市。古くからの街道筋にあり交通の要所として栄え、明治中期に天然ガスが発見されてからは、産業都市として発展した中心街より車で約20分。内房と外房とをつなぐ128号線のそばに、『茂原スパジオ』(総台数552台=パチンコ432台、パチスロ120台)が10月19日にオープンした。経営するのは千葉県内に4店舗を展開する(株)プラド企画だ。

外観はまるで「おもちゃ箱」。ポップな色を用い、遠目からでもにぎやかで楽しげな雰囲気を演出している。店内は白をベースにし、広い通路と高い天井によって開放感を感じさせる作りだ。

パチスロコーナーはパチンココーナーと同様の照度にしたことで、足元は明るく安心してプレイできる環境となっている。

パチンココーナーは総台数の約1/4に当たる108台が低射幸性の「遊パチ」で占めている。これは同店の「気軽に遊びたいというお客様のニーズにも応えていく」姿勢を表している。

そのパチンココーナーの玉補給を支えているのが、SANKYOの島還元補給システム『エクセルマリーン』だ。島内に玉場を設置することができ、複数の柱があるホールには最適な補給システム。同店では、玉場を太い柱の裏に設置し、お客様の目に届かないよう配慮している。

景品カウンターも外観同様、ポップな色使いが印象的だ

羽根モノコーナーは分かりやすく「V ロード」と命名

ソフト整体が受けられるリラクセーション施設を併設

ゆったりとした通路幅、スッキリとした島上によって開放感を演出

布研磨リフトはベルトを交換するだけなのでメンテナンスは簡単

布ベルトによる玉研磨により、日々のメンテナンスは汚れた布を引っ張るだけ。布ベルトを交換するだけなので、ポリ研磨のようにホールスタッフが洗浄する必要がなく、省力化にもつながる。

同店の増田俊介店長は「ポリ研磨ではポリがとよやシュートに詰まることがあり、お客様の遊技を妨げることもありますが、布研磨はまったくトラブルがないので安心して使うことができますね。交換方法も1度教えれば誰でもできます」と稼動の安定性、高いメンテナンス性に太鼓判を押す。洗浄力についても「個人的な意見なのですが、ポリ研磨に比べ布研磨のほうが玉がキレイになっているように感じます」と言う。

パチンココーナーのカードユニットには、紙幣4金種に対応した『ルテルナ』を導入。これは、『おサイフケータイ』※にも対応する『e-mon』(エブリマネー)機能をバージョンアップで追加することが可能だ。

「席を立たずに再プレイができるので、お客様の利便性をアップできたのは大きいですね」

同店の客層は中高年層が中心で、特に農業を営む人が多い。そこで接客はかしこまり過ぎず、親しみやすい接客を心がけているという。

「接客のマニュアルどおりにやっていては、どうしても態度に『やらされている』感じが出てしまうもの。お客様を自分のファンにするつもりで接するように指導しています」

また、「遊パチ」の大量導入に加え、等価交換のホールが多い茂原市内にあって、敢えて3円交換を打ち出し、気軽に遊びたいというお客様の獲得に成功している。

パチンコの大衆娯楽化を目指す『茂原スパジオ』を陰ながらSANKYOの設備機器が支えている。

※『おサイフケータイ』はNTTドコモの登録商標です。

紙幣4金種、再プレイ対応でファンの離席率を減少する

「おもちゃ箱」をイメージした

『茂原スパジオ』

千葉県茂原市

「紙幣整理機 SP-350」

ホールの紙幣計数処理をサポート リーズナブルなコンパクトサイズ

4金種が混載した紙幣の束を、載せるだけでスピーディーに計算・仕分けし、ホールでの紙幣計数処理をサポートする紙幣整理機が、お手ごろ価格で発売された。本体寸法はW390×H580×D320mmと、小型で使いやすく、ターンテーブルも付いている。オプションで専用プリンターも用意。

三幸無線（株）
TEL.055-931-5655

©武論尊・原哲夫/NSP 1983 版権許諾番号PM-906, ©Sammy

パチスロ北斗の拳SE「クリスタルライター」

七色のクリスタルで 北斗神拳を継承せよ

根強い人気を誇る『北斗の拳SE』のオリジナルグッズ、クリスタルライターの第2弾が登場した。着火すると中央にあるクリスタルが七色に光る。プレイ中の一服には最適。デザインはケンシロウのほか、トキ、サウザー、ハートなどバリエーション豊富に取り揃えた。

サミー（株）
http://www.sammy.co.jp

©1966円谷プロ
©2006円谷プロ

ぱちんこウルトラマン「おせんべい」「フェイスタオル」

ウルトラ旋風を盛り上げる オフィシャルグッズが登場

話題の新機種、『CRぱちんこウルトラマン』のオフィシャルグッズが発売された。せんべいは、本場越後の香ばしい固焼きで迫力あるウルトラマンのパッケージ入り。フェイスタオルは高級感ある朱子織素材で、ウルトラマンのシルエットが鮮やかにデザインされている。

（株）大宏
TEL.03-3973-0522
http://www.taikonet.co.jp

NEW RELEASE

サイズ／W約1200×H600mm

「GOGO!ランプ バスタオル」「ターボライター」

ボーナス確定GOGOランプ イベント景品にも最適

若者から年配まで、幅広いファンをつかんでいる『ジャグラー』シリーズのオリジナルグッズが大平商会から発売された。バスタオルは、筐体の色にあわあせた赤と緑。デザインはおなじみボーナス告知の「GOGO!CHANCE」の文字が。ターボライターは、キャップをあけるとGOGOランプがレインボーに点滅。炎の色は赤、緑、橙の3色。ファンにはたまらない一品だ。

（株）大平商会
TEL.03-3833-8981
http://www.ohirasyoukai.com

サイズ／W400×H97×D60mm

呼出しランプ「デー太郎ランプγⅡ」

機能充実でローコスト イルミネーションは25パターン

デー太郎ランプγの機能をそのままに、コンパクト設計、ローコストを実現した。コンパクトでありながら、データ表示部分の視認性は抜群。ボーナス回数や継続回数、獲得枚数が設定数に到達したときなど、点滅が変わる機能を搭載。様々なイベントに対応する。イルミネーションパターンは25種類のなかから5種類選び表示可能。

大一電機産業（株）
TEL.052-308-5111
http://daiichi.net/jp

耐火型スチールパネル工法

大型商業施設に最適 ローコスト、短工期で建築可能

スチールパネル工法は、厚さ1mm程度の超薄肉鋼板を壁構造部材とした、主に中低層建築物を対象とした工法で、国土交通省から正式に告示された建築形式。同社が開発した耐火型スチールパネル工法は、独自の手法で、これまで重量鉄骨造でなければ不可能だった大型商業施設を、ローコスト、短工期で建築することが可能。

（株）シルバーウッド
TEL.047-304-4003
http://www.silverwood.co.jp

「アミューズメントパーラーカタログ16」

総合カタログの最新版 ホール経営はこの一冊で万全

おなじみ、宝商事のアミューズメントパーラー向け総合カタログの最新版が発行された。玉・メダル関連製品や、集客アピールグッズなどの必需品のほか、不正防止や、フロア機器、インテリアサインなど、他店と差別化を図るためには欠かせない最新商品が満載。この一冊で、ホールコーディネートは万全だ。

(株)宝商事
TEL.06-6632-1651
http://www.takarashoji.co.jp

移動式店内LED「エヌビジョン」

業界初!移動式店内LED 長寿命、省エネ、高輝度を実現

映像コントローラー、ディスプレイ、筐体をパッケージしたソリューション。店舗のフロア案内、イベント情報、求人情報、あらゆる情報の発信が可能。ディスプレイはパソコンと一体型でキャスター付きのため移動も簡単。映像コンテンツも充実。配信サーバーから、月ごとに増加する映像コンテンツをダウンロードできる。演出効果を倍増する文字入力機能も搭載。

(株)ニューギン・アドバンス
TEL.03-5818-2571
http://www.newgin.co.jp

「でる!BOX P-1800」

ホールのニーズに応えて進化 業界最多のカラーバリエーション

取手内蔵式流線型玉箱、「でる!BOX P-1800」がより使いやすい形状にシフトチェンジ。二重構造が可能にした出玉バリュー感で、1800発の積載数はそのままに出玉演出を実現。広口タイプで、受け皿の大きい機種にも対応。新色ホワイトも加わり、カラーバリエーションは業界最多の全16色。組合せしだいで様々な出玉演出を可能にする。

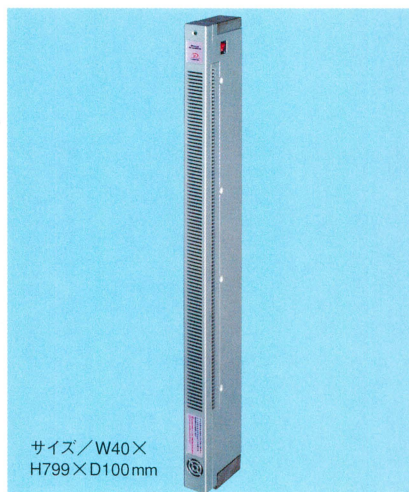
(株)アルテックジャパン
TEL.03-5826-1515(東京)06-6746-0404(大阪)
http://www.artec-japan.com

NEW RELEASE

「飲み残し回収BOX」

スタッフの作業を軽減 ホールのイメージアップにも貢献

現在設置しているダストボックスの横に設置できる飲み残し回収BOX。スタッフの作業を軽減するとともに、遊技客のモラル向上にもつながる。飲み残しは10リットルまで収容、紙コップは約100個回収可能。エコロジー意識の高いホールとして、イメージアップにも貢献する。

(株)光新星
TEL.072-873-2300
http://www.hikarishinsei.co.jp

サイズ/W40×H799×D100mm

マイナスイオンブラスト「ハイパーイオンブラスト」

マイナスイオンで快適空間 不快なにおいを分解・消臭

悪臭を発生させる粒子を捕集し、強い脱臭効果を発揮。タバコの煙や不快なにおいを分解・脱臭。集塵機能にも優れ、室内に浮遊する微細なほこり、花粉、カビ、ダニの死骸に至るまで殺菌処理を行う。フィルターの交換も不要、集塵板の洗浄だけで維持捕集が可能なため、費用削減効果も大きい。

(株)リソテックジャパン
TEL.092-738-0303

©DAITO GIKEN,INC

「大都技研キャラクターコラボカレンダー」
「大都技研デスクカレンダー」

大都の人気キャラクターが月ごとに ファンにはたまらない完全書き下ろし

吉宗、押忍!番長、秘宝伝など、大都の大ヒット機種2007年版オリジナルカレンダーが発売された。ともにオールカラーの完全描きおろし。壁掛けタイプのコラボカレンダーはA2版で壁掛けタイプで、女湯バージョンも収録。デスクカレンダーは、B6版の卓上タイプで、特製イベントシール付きとなっている。

(株)大都技研
TEL.03-6402-3633
http://www.daito.co.jp

組織・団体

同友会【11月15日】
「チューリップ物語」
営業再開までの経過報告

同友会は11月15日、11月度理事会を開催。納品時に球送りカセットの非正規品が混在された恐れがあると、10月26日から一旦営業停止、11月8日から営業再開された『チューリップ物語』に関する詳細を報告した。吉川篤代表理事は「メーカーの問題ではあるが同友会が進めてきたプロジェクトのなかで発生した問題として責任を感じている」と述べた。

問題となった非正規品は、玉送りカセットの色が正規品と異なる。磁気を帯びないように、薬剤をプラスチックに注入すると色が白くなるが、充分でないものは透明のままになる。この透明のものと白いものが多数の店舗に初期納品した４９７台に混在していた。

さらに、設置ホールから「鍵飾り部分の問題でドアが開けにくい」との指摘があったため、変更届けをすれば問題ないという文書とともに、メーカーの大和工業が納品ホール全てに新たな「鍵飾り」を、初期納品ホールには「カセット」を送った。

ここで混乱のもとになったのが、元々『チューリップ物語』の玉飛びの具合が良くなかったこと。玉飛びが一発抜けてしまうという事例も見られたため、送られてきたカセットを、検定を通った代替品が送られてきたと判断したホールも多くあったようだ。

また、鍵飾り部分に関しては、営業上大きな支障があったため、多くのホールが変えたが、鍵飾り部分を変更した台は型式外となった。

こういった経緯を踏まえ、全国の設置ホールで10月26日から『チューリップ物語』での営業を自粛していたが、カセット部分に関しては、10月27日から29日に発売元の大和工業が目視検査、工場における再検査を行い、11月7日に「部品の差異はあるが、遊技機の性能に影響を与えるものではない」という報告が同友会になされた。

鍵飾りは、変更した時点で型式を外れることとなったが、同友会が警察庁の見解を求めたところ「型式を外れた遊技機が直ちに営業から外さなくてはならない」という法令上の解釈ではなく「部品の交換、台の入替えまでは営業可」という見解の確認をとり、11月8日より、設置ホールへ大和工業、同友会より文書でその旨を連絡。11月8日より営業再開した。

補償などの問題に関してはこれから交渉が進められる。

日遊協【11月16日】
経営ホールの無承認構造変更で
小島豊副会長が辞任

日遊協は11月16日、第4回定例理事会を開催した。理事会後に行われた記者会見の席で深谷友尋会長は、小島豊副会長の辞任を報告。小島副会長が経営するミリオングループのホールにおいて、役物のプラスチック部を接着剤で修復したこと、玉止まりがあったことが遊技機の無承認構造変更と判断され、行政指導の対象となり、その責任を取って10月23日に辞表を提出していたという。

後任の副会長には、(株)九州エース電研の山田久雄理事兼九州支部長が選任された。小島副会長はセキュリティ対策委員長を兼任していたため、次回の同委員会において山田理事が推薦される。これに伴い、遊技機委員長を務めていた山田理事の後任には、サンキョー(株)の阿部恭久理事が推薦される。

小島副会長の辞任を受け深谷会長は、「行政には、遊技機に不具合が生じた場合に、それが遊技機の性能に関わるものでなければ、速やかな対応を要請していく。また、ホールの対応マニュアルを早急に整える」と、今後の対応策を述べた。

三上和幸専務理事は、「風適法第8条に抵触していると判断されれば営業許可は取り消されるだろうが、風適法第26条に抵触していると判断されれば量定基準で裁かれるため、営業許可が取り消されるかどうかは、無承認構造変更が悪質なものかどうかが分かれ目となる」との見解を示した。

また、全日遊連、日遊協、同友会、PCSA、余暇進のホール関係5団体で賞品取り揃え問題に関する協議が行われ、決議案が採択されたことを明らかにした。それによると、賞品は２００７年６月末までに２００種類４品目、同年12月末までに５００種類５品目の量定目標を掲げるという。

深谷会長は「取り揃える賞品数をクリアすることで、バラエティに富んだ賞品コーナーを生み出すことができる。また、ただ賞品を陳列するのではなく、お客様が『交換したい』と思わせるようなアピール方法を工夫しなければならない」と述べ、貯玉・貯メダルの推進とともに、賞品取り揃えの充実によって換金率の低下を目指すという。

東遊商【11月14日～21日】
中古遊技機の研修会に
延べ１２００人参加

東遊商は、11月14・15・20・21日、「中古流通に関する更新研修会」を都内で開催した。この研修会は、中古遊技機の流通に関わる組合員販社の代表者、遊技機取扱い主任者、業務担当者が対象。中古機流通のセキュリティやリサイクルについての講義のほか、効果測定なども行われた。4日間で延べ１２５８人が参加した。

PCSA【11月16日】
臨時社員総会・公開勉強会
摘発事例に高い関心

PCSAは11月16日、第5期、第2回臨時社員総会および、公開経営勉強会を開催。勉強会の法律セミナーでは「営業許可取消の危機～２００７年度に向けてパチンコ業界は今」のタイトルで、PCSA法律分野アドバイザーの三堀清弁護士が講演。改正風適法で「構造設備の無承認変更等」の量定が営業許可取消となったことから、今後当局が力を入れようとしている規制の方向性が読み取れると指摘。最近の摘発事例などを報告した後の質疑応答では、「不正遊技で得た玉、コインの交換への対処」「不正対策機の取り付けが無承認変更になるか」など、ホール運営上の実務的な質問が多く挙がった。

PTB【11月20日】
経営全般の監査調査で
社員企業7社に高評価

有限責任中間法人パチンコ・トラスティ・ボード(PTB)は11月20日、東京・一ツ橋の如水会館において、社員企業7社の経営全般の監視調査および格付けの終了に伴い、記者会見を開催した。

会見では、7社の平均格付けが発表され、7段階評価でガバナンス体制についてはA、経営者による基本的姿勢についてはBB、コンプライアンス態勢の構築について、基本的フレームワークの整備状況はBB、財務プロセス体制の整備状況はA、反社会的勢力への対応状況はA、社会的要請への対応状況はBB、法令遵守体制(重要法規)はBB、法令遵守体制(風適法)はBB、法令遵守体制(労働法)はBB、内部監査体制の構築状況はAであることが明らかになった。

公認会計士の大久保和孝委員は、「これまで様々な上場企業を見てきたが評価は高い。しかし、労働法に関す

る法令遵守体制、特に管理職への深夜割増手当ての支払いについては低い評価を下さざるを得ない」との見解を示した。

プリペイドシステム協会【11月20日】
10月末現在 プリペイドシステム導入店舗数

プリペイドシステム協会は11月20日、2006年10月末現在の各社導入店舗数を発表した。

全国的に廃業などによる店舗数減少が進んでいるが、10月の導入店舗数も3月末の導入店舗総数71店舗減に次ぐ61店舗減となった。

2006年10月末現在　プリペイドシステム導入店舗数
（11月20日プリペイドシステム協会発表）

企業名	日本LEC	日本GC	ナスカ	クリエイション	マース	ジョイコ	セタ	合計
導入店舗数	2,245	3,077	1,139	1,429	1,760	1,155	221	11,026
前月比増減	-23	-30	-11	-9	1	7	4	-61

※日本LECは日本レジャーカードシステム、日本GCは日本ゲームカードの略

余暇進【11月21日】
全国研修セミナーで賞品取り揃え例を展示

余暇環境整備推進協議会（余暇進）は11月21日、千葉・木更津のかずさアカデミアパークにおいて全国研修セミナーを開催。会場には賞品の取り揃え例を展示した。これは、警察庁から要望のあった「賞品取り揃えの充実」に一つのサンプルとして余暇進が提案したもの。実際のホールの賞品コーナーを模した陳列例が、2パターン展示された。品目は、家庭用品、衣料品、食料品、教養娯楽品、嗜好品、身の回り品などで、どのジャンルからもまんべんなく取り揃えられている。また金額も、主に端玉景品用の1000円未満の物から、家電など9000円～10000円未満の物まで、1000円単位の分類で、バラエティに富んだアイテムが用意された。

当日、講話のために来場した警察庁生活環境課の鶴代隆造課長補佐も、「賞品の充実に向けて議論を深めていることには感心した。警察としても賞品の取り揃えを勧めるための前向きな要望には出来る限り応えていきたい」と余暇進の取組みを評価した。

際にアイテムを手に取る鶴代課長補佐。左は余暇進の千原副会長

余暇進【11月21日】
鶴代課長補佐が講話 更なる射幸性の抑制を要望

11月21日に行われた余暇環境整備推進協議会（余暇進）の全国研修セミナーで、警察庁生活環境課の鶴代隆造課長補佐が講話を行った。

鶴代課長補佐は手軽に安く遊べる遊技機への取り組みについては「大いに結構なことと」としながらも「肝心の導入が進んでいかなければこうした決議をしても意味がない。少なくとも一般の方からみて、ぱちんこ店が明らかに変わったと実感してもらえるくらいまで導入していくことが必要だ」と述べた。

遊技機の射幸性の抑制については、「回胴式遊技機について新基準適合機への入替えすら十分進んでいない点については残念に思う。平成16年の規則改正を行わなければならなくなった主な理由のひとつに、いわゆる爆裂機をはじめとする射幸性の高い回胴式遊技機が出回っていたことが挙げられるが、業界がこのことを真摯に反省し、業界のあるべき姿を早く実現しようと真剣に考えてきたのであれば、早期に新基準機への入替えが行われていなければならない」と不快感を示した。また、来年6月末頃までの入替期限の延長は考えられないと強調、「新基準機への入替えを大前提として、更なる射幸性の抑制に取り組んでいただきたい」と要望した。

賞品取り揃えの充実については、「この点（賞品取り揃えの充実）に関し、風営法の義務が十分に履行されているとは言えない状況が伺われたことから、その改善をお願いしてきた。引き続きこの議論を盛り上げていただきたい。警察としても、賞品の取り揃えを進めるための前向きな要望については、できる限り応えていきたい」などと述べた。

メダル工業会【11月24日】
4号機補給器具を下取り

メダル工業会は11月24日、第17回通常総会を開催。今期の補給器具出荷状況は、出荷総数27万1531個のうち、補給Aが11万80個、補給Eが2万3069個となった。

ダウン島の普及などにより、旧器具（補給A）での不具合の実例が全国で多くあったこと、5号機への移行時期でもあることから、メダル工業会では今年になって新器具（補給E）を発売。5号機からは、「補給E」の設置を推進しているが、未だ、4号機対応の補給Aの出荷が大半を占めていることなどが報告された。

この件に関しては、ホールの負担軽減を考慮に入れたうえで、「補給E」の普及を図るため、旧器具（補給A）を700円から2000円の間で下取りすることが、11月10日の理事会で承認されていた。

なお、役員改選では、大泉政治理事長以下、全員が留任した。

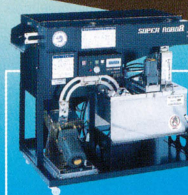
都遊協【11月29日】
原田理事長「遊べるパチンコ」定義に改善要望

都遊協は11月29日、東京・市ヶ谷の遊技会館において、11月定例理事会を開催した。

原田實理事長は挨拶の中で、「行政は『遊べるパチンコ』の消費金額を概ね2時間5000円と定義しているが、現状のホール営業とはかけ離れている。今後、ホール営業が難局を向かえる前に対応策を提案したい」と述べた。

機械対策委員は遊技機の中古移動について、10月10日に開催された中古機流通協議会（全日遊連、日遊協、日工組、日電協、全商協、回胴遊商）の場で、「原則、残債がない遊技機については、特段の理由（店舗が法的処分を受けた等）がない限り、店舗側の意思により中古移動を行うことができる」ことが再確認されたにも関わらず、都遊協組合員から販社の対応が改善されていないとの指摘があったことを報告。対応策として都遊協は全日遊連に対し、全日遊連から全商協へ同趣旨の周知徹底を要望するよう依頼したという。

パチンコ依存問題
本人からの相談が増加中

今年4月に電話相談窓口を開設したパチンコ依存問題相談機関リカバリーサポート・ネットワーク（RSN、西村直之代表）へ、当事者本人からの電

話相談が急増している。

ＲＳＮのまとめによれば、8月の相談件数は119件、9月の相談件数は90件。8月は新聞記事でとりあげられた効果で相談件数が一時的に増加した。9月は8月より減ったものの、ホール内のポスターを見て電話をかけた人の割合が増加した。

電話をかけてきた人（コーラー）と対象者の関係は、4月〜7月は、「家族2対本人1」という割合であったが、8月・9月は、「家族1対本人1」。ホール店内へのポスター掲示が、パチンコ依存問題を抱えている当事者に確実に届いていることを物語る結果となった。

日本遊技関連事業協会
登録資格審査結果を発表

新規登録申請9社（全商協関係4、回胴遊商関係5）の登録を承認。登録更新申請34社（全商協関係21、回胴遊商関係12、日電協関係1）の更新を承認。登録取消し1社。

大阪遊
パチフェア開催予定

大阪府遊協は2007年4月中の土日に、「パチフェア」を開催する予定であるという。大阪府立体育館を筆頭候補に会場を選定中。

メーカー

オリンピア【10月30日】
パチスロ新時代のホール経営戦略セミナー
パチスロの台数維持を提言

・オリンピアが全国で開催している『パチスロ新時代のホール経営戦略セミナー』が10月30日、東京ドームホテルにおいて行われた。

セミナーでは、最大月産台数が20万台といわれるメーカーの生産能力、1〜2週間はかかるといわれる行政の変更承認の対応を踏まえ、5号機の早期導入を促した。

また、パチスロ島からパチンコ島に変更するうえでの懸念事項に言及。1000台のスロット島をパチンコ島に変更した場合、島工事費用や設備費用など全て含めて約4800万円になると試算し、膨大な費用になること。平均設置期間は、パチスロが2カ月なのに対し、パチンコは1カ月と入替えペースが早く、パチスロ島よりも入替え費用の負担が増大すること。平均台粗利は、パチンコが約3500円なのに対し、5号機が約4000円とパチンコを上回っていることの3点を挙げ、パチスロ島の維持に努めるべきだと提言。5号機のさらなる導入をサポートするため、オリンピア、オーイズミ、フィールズ、平和の4社が合同で展開する24回手形払いシステムＰＳＣ（パーラー・サポート・クレジット）を紹介した。

セガサミーHD【11月10日】
業績予想を下方修正

セガサミーホールディングスは11月10日、平成19年3月期の通期業績予想（連結）を下方修正したと発表した。売上高は当初予想から1020億円減少の5800億円、経常利益は230億円減少の1000億円、純利益は150億円減少の600億円と見込んでいる。

サミーブランドのパチスロ機は、『北斗の拳SE』の出荷が約32万台と当初の予想を大きく上回るなど、中間期では前年同時期比で、大幅な増収増益を達成した。しかし、下半期では新基準機の本格普及に時間がかかるなどの理由から、パチンコの年間販売台数を期初の57万台から30.1万台に、またパチスロも57.5万台から52.4万台と見直した。

フィールズ
『WE LOVE パチスロ』キャンペーン
第2弾が11月20日スタート

フィールズが主催する『WE LOVE パチスロ』キャンペーンの第一弾、4回目の抽選会が11月2日に開催された。

このキャンペーンは、豪華商品が多くの人々に当たる大規模なオープン懸賞を通じ、パチスロの楽しさをアピールし、市場の活性化を目的としたもの。

第一弾は『トゥームレイダー』がホールに導入された、今年10月1日から31日までの期間実施。10日、17日、24日、31日を応募締切りとし、計4回の抽選が行われた。

10月25日から31日までの応募者は約1万3000人。厳選な抽選で、32型ハイビジョン液晶テレビなど、豪華賞品の当選者が決定した。

キャンペーン第2弾は、ビスティ社製パチスロ新機種『ロッキー・バルボア』に合わせ、11月20日からスタートする。

京楽産業・冬こそ冬ソナキャンペーン
新セル発売
新CMも放映!!

今春発売され、今でもホールの人気機種として稼働する『CRぱちんこ冬のソナタ』。発売元の京楽産業では、ホール支援やファンへの還元を目的とした「冬こそ冬ソナキャンペーン」を12月1日から来年2月28日まで実施する。

キャンペーンの内容は、キャンペーンキットの配布、新CMの放映、新セル発売、プレゼントキャンペーン実施、スペシャルサイト復活の5つ。キャンペーンキットは、永久保存版のスペシャル小冊子と新デザインのポスターで構成、プレゼントキャンペーンでは韓国旅行やオリジナルグッズなどがラインナップされている。『CRぱちんこ冬のソナタ』の稼働アップを多面的に盛り上げていこうというのが、このキャンペーンの狙い。「冬ソナブーム」がホールで再燃するか、大いに注目したい。

展示会

HEIWABROS【11月1日】
『CR・粋だね！サブちゃん』プレス発表会

HEIWABROSは11月1日、東京・後楽園の東京ドームホテルにおいて、パチンコ新機種『CR・粋だね！サブちゃん』のプレス発表会を開催。

大当り中のBGMは『与作』『北の漁場』『函館の女』『まつり』『祭りだ！日本』。しかも、北島三郎だけではなく、山本譲二、小金沢昇司、北山たけしなど、北島ファミリー6人が競演するという豪華絢爛ぶり。北島ファミリーならずとも、演歌ファンならば誰もが「待ってました！」と言いたくなるような台の登場だ。

左から山口ひろみ、小金沢昇司、山本譲二、原田悠里、和田青児、北山たけし

会場には北島ファミリーが集結。北島三郎さんもビデオレターで挨拶を行った。

ニューギン【11月1日】
『CRゴジラ3 S・Tバトル』発表展示会

ニューギンは11月1日、東京・赤坂プリンスホテルにおいて、パチンコ新機種『CRゴジラ3 S・Tバトル』の発表展示会を開催。

ゴジラシリーズを5作手がけた巨匠、川北紘一監督が全編撮り下ろしたオリジナル映像を使用。新・バトル系モード移行システムは、ゴジラを待ち受ける「ガイガン」「デストロイア」「メカゴジラ」「スペースゴジラ」が4つのバトルステージで展開。実写カットインで期待度アップなど、様々な演出が盛り込まれた。ステージごとに低確率か高確率かを見極める楽しみも。

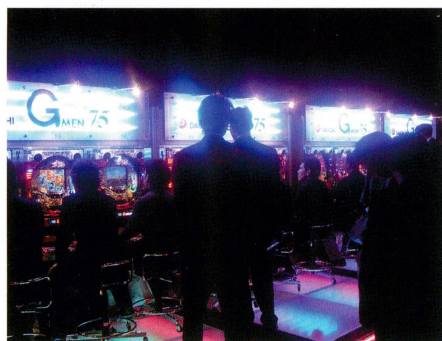
発表展示会ではゲストの辻よしなりと小向美奈子がゴジラ談義に花を咲かせた。

辻よしなり（左）と小向美奈子（中）

大一商会【11月6日】
『CRGメン'75』『CRレレレにおまかせ！』2機種同時発表展示会

大一商会は11月6日、東京・六本木のグランドハイアット東京において、パチンコ新機種『CRGメン'75』、『CR新レレレにおまかせ！』の展示会を開催。

『CRGメン'75』は1975年より7年間に渡って放映されたハードボイルドドラマ「Gメン'75」とのタイアップ機。透明なパネルを用い、液晶画面と役物と盤面と光のシンクロ演出を可能にした新パネル「Nude＋」（ヌードプラス）を搭載。ホールへの導入は11月下旬を予定している。

8万台の導入実績を誇る『CRレレレにおまかせ！』の後継機『CR新レレレにおまかせ！』も展示された。ホールへの導入は12月中旬より随時予定している。

2機種同時発表ということもあり、多くの関係者が訪れた

SANKYO【11月7日】
『バトルリーガーX』展示会

SANKYOは、11月7日、東京・港区の六本木ベルファーレにおいて、パチスロ5号機第1弾『バトルリーガーX』の展示会を開催した。

「気軽に遊びやすい5号機」をコンセプトに開発された同機種は、通常ゲーム中に周期的に訪れるRT高確率抽選ゾーン『リーガーチャンス』を搭載。『リーガーチャンス』に突入し、当選すれば次回BBが確定のRT『ジェットゾーン』に突入する。BB後に訪れる『リーガーチャンス』以上の激アツゾーン『スーパーリーガーチャンス』で当選すれば、『ジェットゾーン』にループする。

ステージではダンスショーが繰り広げられた

バルテック【11月8日】
『コミックワールド沖』展示発表会

バルテックは11月8日、東京・品川プリンスホテルにおいて、パチスロ新機種『コミックワールド沖』の展示発表会を開催。

「フラグのジョー」シリーズなどで知られるパチスロマンガ界の巨匠・沖圭一郎氏が主人公として登場。6つのBBを搭載し、ボーナス中はプレイヤーが主人公となり、敵キャラと対決するミニゲームが発生する。

及川奈央さん

展示会には、原作者の沖圭一郎氏、セクシータレントの及川奈央さんがゲスト出演した。

SANKYO【11月13日】
『CRフィーバー　ボビーとダチョウ倶楽部の世界紀行シリーズ』発表会

SANKYOは11月13日、同社東京ショールームにおいてパチンコ新機種『CRフィーバー　ボビーとダチョウ倶楽部の世界紀行シリーズ』の発表会を開催。

ボビー・オロゴンとダチョウ倶楽部とのダブルタイアップ機。最大の特徴は、液晶と7セグの両方で大当りが出現するダブルスタートシステム（DSS）。液晶大当りもうれしいが、スペシャルカウントダウンリーチなどシンプルな7セグリーチからの大当りも、アツさ満点だ。導入は12月中旬から。

発表会にはダチョウ倶楽部の3人が駆けつけ、「ヤァー!!」や「ムッシュムラムラ!!」などおなじみのギャグを披露した。

「ヤァー!!」を連発するダチョウ倶楽部

フィールズ【11月15日】
『CRシーコップ』発表展示会

フィールズは11月15日、東京・六本木のグランハイアット東京でサミー製パチンコ新機種『CRシーコップ』の発表展示会を開催。

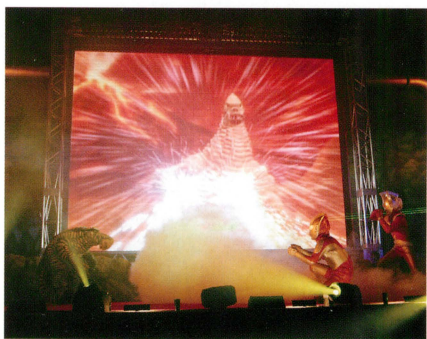
モーニング娘。のメンバーとして活躍した安倍なつみ、後藤真希と、幅広い世代から高い支持を得ている海とのコラボレーション。液晶画面では海を舞台に、なっち、ゴマキがシーコップとして活躍するオリジナルストーリーが展開される。

会場には本機キャラクターで登場するなっちがゲスト出演。「私たちの魅力が凝縮されていて、パチンコ好きな人もそうでない人も楽しめそう。ホールに導入されれば、私も遊んでみたい」とアピールした。

安倍なつみさん

京楽産業【11月17日】
『CRぱちんこウルトラマン』特別先行展示会

京楽産業は11月17日、東京・港区の品川インターシティホールにおいて、パチンコ新機種『CRぱちんこウルトラマン』の特別先行展示会を開催した。

『CRぱちんこウルトラセブン』に続くウルトラシリーズ第2弾であり、前作で好評を博した「ウルトラバトルモード」を搭載。怪獣との戦いに勝利すればボーナスが継続するという単純明快な演出、脅威の継続率（80%）はそのままに、登場する怪獣やスペシウム光線などの必殺技の種類が増え、バトルの緊迫感・臨場感は格段にアップした。ホールへの導入は、12月18日を予定している（一部地域によって異なる）。

会場ではウルトラ兄弟によるショーが行われた

北電子【11月28日】
『アイムジャグラーEX』展示会

北電子は11月28日、東京・品川の新

高輪プリンスホテルにおいて、パチスロ新機種『アイムジャグラーEX』の展示会を開催。

初代ジャグラーから受け継がれる完全告知機能「GOGO！ランプ」はもちろん健在だ。リール絵柄も7・BAR・ピエロ・ベル・ブドウ・サイとおなじみのもの。払出しも純増でビッグ約325枚、レギュラー104枚と5号機としてはまずまずのスペックなので、4号機のジャグラー・フリークも違和感なく移行出来るはずだ。

北電子初の5号機に注目が集まった

藤商事【11月30日】
『CR大江戸捜査網』発表会

14年間に渡って時代劇ファンを虜にしてきた「大江戸捜査網」をアニメ調時代劇としてパチンコに完全移植。

盤面上部に備えた「同心エンブレム」は、変動開始時に振動し、連続すればするほど大当りへの期待感は高まる。ホールへの導入は1月9日を予定。

11月30日には、東京・赤坂プリンスホテルにおいて同機種の発表会を開催。「大江戸捜査網」の主人公・十文字小弥太を演じた杉良太郎さんが駆けつけ、トークショーで「この機種ではいっぱい玉を出してもらえると嬉しい」と語った。

「大江戸捜査網」の主人公を演じた杉良太郎さん

サミー【12月5日】
お笑い芸人とコラボレーション
新プロジェクト「ビジトジ」が始動

サミーは12月5日、東京国際フォーラムにおいて、新プロジェクト「ビジトジ」の記者会見を開催。

「ビジトジ」とは、アンジャッシュ、アンタッチャブル、ドランクドラゴン、おぎやはぎ、北陽など、人力舎所属の人気お笑い芸人で結成されたオールスターユニット。世の中をもっと楽しくすることを目的に、「ビジトジ」が娯楽の殿堂となり、新たなエンタテインメント創造プロジェクトとして楽しさの全国ジャックを目指す。パチンコ・パチスロの開発もそのプロジェクトの一環だという。

記者会見の席では、パチンコ新機種『CRビジトジの忍気爆発！』、銀座のパチスロ新機種『パチスロビジトジ』が発表された。

人力舎所属の人気お笑い芸人が集結

ホール

平成観光【10月25日】
経営計画発表
2015年に51店舗目指す

東海地区を中心に12店舗を展開する平成観光（本社／岐阜県多治見市、東野房子社長）は10月25日、2015年経営計画発表に伴う総決起集会を行った。

『K-nation』と題されたこの新ビジョン発表会では、東野社長が同社の沿革や理念について語ったほか、ピー・ワーク総合研究所の小倉広社長やパック・エックスの井手誠三代表による講演も行われた。

平成観光は昨年度の1月23日をもって売上750億円を達成。2010年経営計画に掲げていた「15店舗、売上750億円」の売上目標を達成したこ

とを受け、2015年に「51店舗、売上3000億円」とする新たな経営計画を発表した。店舗数は、今年9月末に1店舗を閉鎖したことで現在12店舗。今期はこの12店舗で売上高1148億円、経常利益16億円を見込む。また、東海地区および北海道の既存出店地域のほか、関東地区を含め、新たな地域への出店も検討中という。

日拓グループ【11月13日】
西村社長、神田うのと婚約

タレントの神田うの(31)が11月13日、都内で記者会見を開き、日拓グループの西村拓郎社長(36)との婚約を発表した。記者会見場で、うのは本物のパチンコ玉でできた結婚指輪とイヤリングを披露、「一つ4円です」と詰めかけた報道陣を驚かせた。実はこれ、西村社長がパチンコホール、エスパスを展開することに引っ掛けた「ジョーク・グッズ」。左手にはめた本物の指輪は、5カラットのダイアモンドで、時価1億円以上ともいう(関係者)。二人は、8年前に知り合い、2年前から交際を続けていた。

"幸せ確変モード突入中"の神田うの。記者会見の着物も自らがデザイン
(写真提供／サンケイスポーツ)

高山物産【11月17日】
債権者が更正法申請
負債総額700億円

東京商工リサーチによると、高山物産(本社／京都市、高山喜一社長)は11月17日、債権者代行の虎ノ門債権回収から大阪地裁に会社更生手続開始を申し立てられ、同日財産保全管理命令を受けた。負債総額は2005年7月期時点で約749億円(うち金融債務約634億円)だが、その後資産の売却を進めており、現在の負債総額は約700億円とみられる。

高山物産は、京都、大阪、兵庫、滋賀、石川の8府県でホール32店舗、レジャー施設や飲食店など10店舗を経営。1987年には総合レジャー施設「アクアリゾート ルネスかなざわ」に約200億円を投資するなど、積極的な投資を展開。ピーク時の1992年7月期には年商1117億3100万円をあげていたが、金融債務は年商を上回る約1200億円に膨らみ財務内容が悪化していた。

その後、不況と同業との競争の激化から売上が低下。2000年1月に取引行の京都みやこ信用金庫が経営破たん、同行の金融債務が整理回収機構へ移管され、資金調達力が低下し、対応策として2006年10月24日に金融債務を対象にした私的整理に入るとしていたが、一部債権者がこれを不服として今回の申し立てとなった。

なお、各店舗の営業は継続する予定であるという。

ダイナム
27店舗を順次休業へ
業績不振店 再開を前提に

ダイナムが業績不振店27店舗の休業を決めたことがわかった。10月15日から11月12日の間に順次休業していくとしている。ダイナムでは休業の理由について「業績不振店舗の改善に取り組んできたが、老朽化している店舗もあり、出店時とは市場、競合状況が変化していることから改善が見込めない店舗もある。そのような店舗について、2～3カ月前から休業の検討、準備をしてきた」としている。すでに10月15日に6店舗を休業させ、29日現在で休業店舗は8店舗。すべて再開を前提としており、閉店を決定した店舗はない。しかし、現在、再開店日が決まっているものはないという。

行政

型式試験実施状況【11月14日】
保通協適合
パチンコ77機種・パチスロ21機種

保安電子通信技術協会(保通協)は11月14日、平成18年10月の型式試験等状況を発表した。それによると、ぱちんこ遊技機の適合は77機種、不適合は16機種。回胴式遊技機の適合は21機種、不適合は30機種、みなし不適合は1機種。これにより本年適合を受けた遊技機は、ぱちんこ464機種、回胴255機種、じゃん球2機種となった。

このほか、申請受理状況を見てみると、ぱちんこ遊技機の受理件数は674件、パチスロ回胴式遊技機の受理件数は530件、じゃん球の受理件数は2件となっている。

娯楽研勉強会【11月29日】
旧基準機の全台撤去に関心

民主党娯楽産業健全育成研究会（娯楽研／古賀一成会長）は11月29日、パチンコ業界に精通した三堀清弁護士を講師に迎え勉強会を開催した。「パチンコ・パチスロの旧基準機を平成19年6月までに全て入れ替える」ように制定した国家公安委員会規則の問題点をテーマに、三堀弁護士が、平成16年の遊技機規則改正の概要やその背景を説明。娯楽研の牧義夫事務局長は、「業界の現状を弁護士の立場からレクチャーしていただき、我々として国会でとりあげられることはないかを考える機会にしたい」と勉強会の意義を語った。

企業

エンビズセミナー【11月21日】
ホールの「商品」は何か?

エンタテインメントビジネス総合研究所は11月21日の月例セミナーにおいて、「利益を生み出し、経営資源を増やす〜パチンコ店の〝お値打ち〟を最大化せよ!!」と題したセミナーを実施した。講師を務めたのはエンビズ総研の経営戦略コンサルタント、河原啓氏。

テーマは大きく、「ホールがお客様に提供する『商品』『値打ち』は何か?」「利益を最大化する目的管理会計の考え方」の2つ。

河原氏は、ホールが提供する商品の本質を「遊技機の品揃え（打ちたい機械を打ちたい状態で選べる）」と「出玉への期待感」を筆頭に、「出玉」「遊技機の信頼度」「店への信頼度」であると結論。店舗改革のポイントは、自分の店に合った商品要素の組み合わせを選び、商品力をアップすることであると提言。

第2部では、ホールの「商品」を使って利益を最大化する方法を財務の立場からレクチャー。事後の請求書チェックが主で利益管理が後手になりがちな財務会計に対し、事前審査型の目的管理会計のメリットを解説。

商品や付加価値を明確化し、その目的に沿った行動、購買活動をするために、

①予算管理制度の構築
②購買時チェックの仕組み
③店舗作業の取捨選択
④遊技機、広告施策の絞込み
⑤社員教育、心の豊かさの充実

が必要と説いた。

クオリ
パーラーチェアMD-5000 グッドデザイン賞受賞

クオリのパーラーチェア「MD-5000」が、2006年度グッドデザイン賞（主催／財団法人日本産業デザイン振興会）を受賞した。同製品は、パーラーチェアにおける最上級の座り心地を追求すると同時に、従来にない大胆なデザインを施したもの。審査委員からは、チルト構造による高度な弾性設計とスウィングロッキングシンクロメカとの相乗効果によって実現した座り心地と、素材ごとに容易に分解できる構造、リサイクル可能な素材を多用したデザインが評価された。

人事

三洋販売

東京支社長　水野孝
九州支社長　高橋清

就任日は19年1月1日。

移転

トリビー
本社移転

業務開始日は11月20日より。新本社住所は左記の通り。

●東京都新宿区岩戸町4
87ビルディング岩戸町
3F（開発部）
4F（営業部・ショールーム・管理部）
TEL：03-5225-7001（代表・管理部）
FAX：03-5225-7002

銀座販売
営業所新設

営業開始日は12月4日より。新営業所住所は左記の通り。

●愛知県名古屋市中区栄1-10-21
名古屋御園ビル1F
TEL：052-209-5451
FAX：052-209-5452

タイヨーエレック
大阪支社移転

業務開始日は12月4日より。新営業所住所は左記の通り。

●大阪市浪速区元町1-11-16
ヴォンジョルノ難波1F
TEL：06-6633-7677
FAX：06-6633-7877

大平商会
鹿児島営業所開設

業務開始日は11月13日より。住所は左記の通り。

●鹿児島県鹿児島市上荒田町8-4 1F
TEL：099-813-0066
FAX：099-255-1900

回胴遊商
事務局移転

業務開始日は12月5日より。新事務局住所は左記の通り。

●東京都台東区東上野1-14-4
上野三和ビル7F
TEL：03-3834-3855
FAX：03-3834-3875

大都技研
営業本部移転

業務開始日は12月18日より。移転先は左記の通り。

●東京都港区東新橋2-14-1
コモディオ汐留
［営業本部 代表］
TEL：03-6402-3636
FAX：03-6402-3637
［営業企画課］
TEL：03-6402-3636
FAX：03-6402-3637
［流通課］
TEL：03-6402-3630
FAX：03-6402-3631
［営業経理課］
TEL：03-6402-3621
FAX：03-6402-3632

【お詫びと訂正】

月刊アミューズメントジャパン2006年12月号（11月20日発行）127頁の、「マルハン大川北店」紹介記事中に間違いがありました。メダル自動補給装置のメーカー名として「マースエンジニアリング」とありますが、「ジェッター」の誤りでした。関係各位には大変なご迷惑をおかけしたことを、謹んでお詫び申し上げます。

マースエンジニアリング

玉箱積みなしの『パーソナルPCシステム』お客様お問い合わせ窓口を開設

☎03-3352-2048

数々の周辺機器によってホールの省力化、顧客サービス向上に貢献してきたマースエンジニアリングが、新たに提案するのが『パーソナルPCシステム』だ。

各台に計数機を設置するため、遊技客は席を立たずにその場で計数できる。遊技終了後に玉計数のためスタッフを呼ぶ必要がなくなり、待ち時間によるストレスを解消。

作業の8割を占める玉箱運搬作業からスタッフを解放し、質の高い接客サービスの提供を可能にする。女性スタッフの採用が容易になると同時に、従来の半分以下のスタッフによるホールオペレーションを実現し、人件費の大幅な削減に貢献する。

計数したデータは、残度数と合わせてワンデーカードに記録されるので、台移動や景品交換もスムーズだ。また、玉箱が不要になったことで、島間の通路にもゆとりが生まれる。

ホールの業務、環境、費用の大幅な改善が期待できるシステムをさらに身近なものとするため、マースエンジニアリングは新たにテレフォンサービスを開始。玉箱積みなしがスタンダードな営業方法になる日も近い。 AJ

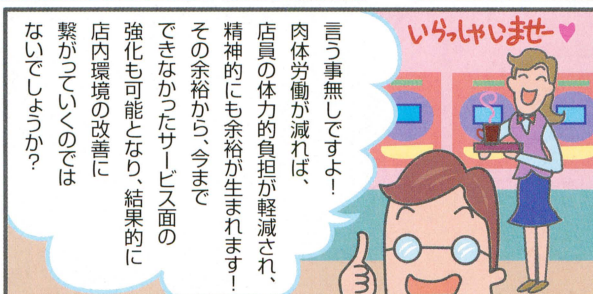
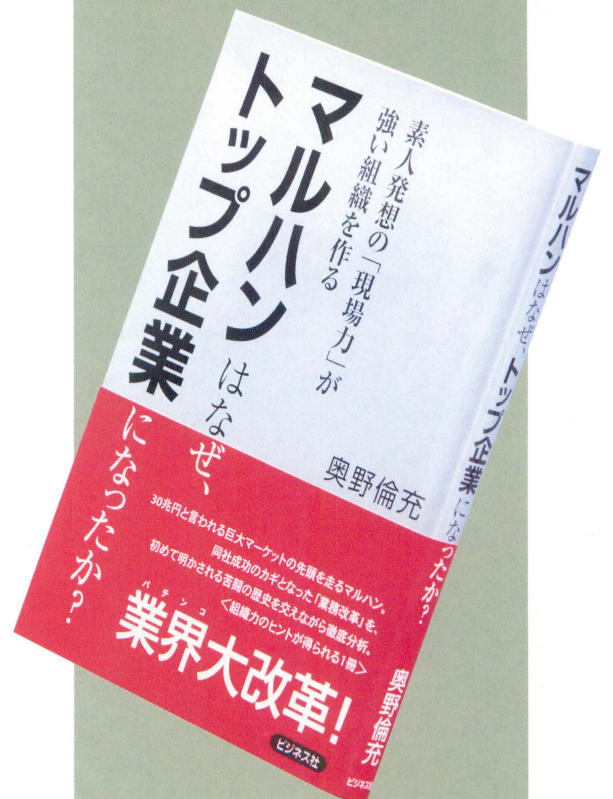
これがパーソナルだ！

It's Personal PC System.

PERSONAL+

いらっしゃいませ♥

言う事無しですよ！
肉体労働が減れば、店員の体力的負担が軽減され、精神的にも余裕が生まれます！
その余裕から、今までできなかったサービス面の強化も可能となり、結果的に店内環境の改善に繋がっていくのではないでしょうか？

BOOK REVIEW

業界人必読の新刊

『マルハンはなぜ、トップ企業になったか？』
著：奥野倫充　発行：ビジネス社

小森勇（こもりいさむ）
（株）船井総合研究所　執行役員
パチンコビジネス支援グループ　部長

1981年　大阪大学法学部卒。89年、船井総合研究所に入社。91年よりパチンコホールのコンサルティングをはじめ、これまで手がけたホールは全国300を超え、業界で注目のホールも多数手がけている。船井総研を代表するトップコンサルタント。

遂に出たか！という想いである。ここまで売上2兆円を超えるパチンコ企業の中に入り込んだ書籍がなかったことは大変な不思議である。

特別にマルハンが情報を外に漏らさない鉄の扉で閉ざされた会社だというわけではない。小生の記憶では、6年位前から決算内容や営業概要を業界誌記者やネット上でディスクローズしている。

本書はマルハンの会長をはじめ執行役員、エリア長、名物店長のみならず、メンターや現場スタッフに到るまで、100人以上へのインタビュー取材によって書かれた力作である。この本の著者がルポライターではなく、船井総研を代表するパチンココンサルタントである奥野倫充（のりみち）君によって書かれていることが何よりの特長であろう。単なる客観性の追求ではなく、同じ"職業"で日々営業を組み立てている者の「想い」が鋭く入って、客観的に仕上がっているところがポイントである。

本書で印象的なキーワードは、「素人発想の現場力」という言葉である。

この言葉は、日々マルハン店舗とライバル関係でギリギリのコンペを繰り広げている者でないとその本当の意味は分からないかもしれない。

マルハンの「強さ」の根源を何次元も掘り下げていくと、そこに見つかるのは、ベテラン発想ではなく「素人発想」。本社、本部主導ではなく、あくまで現場の店長以下、現場スタッフに大幅に権限を与えた決定システムであろう。素人発想の真髄は、次のようなポイントであろう。

業界経験なら普通こんなことはできないだろうと、諦めてしまっていることでも、「何でやねん！」（※マルハンは関西出身なので多分こう社内で言葉が飛び交うのだろう）と喰い下がって、結果、やりとげてしまう。これがマルハン流だと思う。特別マルハンが人並み外れた能力を備えた集団というわけではないのだ。

このことを本書はみごとに看破しているのである。

もう一つ本書で印象的なのは、マルハンの韓昌祐会長が毎日自社の30〜40店舗に直接電話を入れて、店長たちとコミュニケーションをとっておられるという記載である。これは実に驚くべきことである。76歳（失礼！）という年齢は関係ない。あえて尊敬を込めて老（ラオ）将軍と呼ばせて頂くと、この老将軍を毎日1〜2時間の電話に走らせる原因は……「危機感と緊張感の持続」と圧縮して考えてよいと思う。

今から32年前にボウリングショックによりマルハンが倒産、いや破産の危機に陥り、真剣に自殺まで考えられた会長の生き様である。どんなに売上2兆円になっても、会社というものはいつ倒産するかもしれないという「危機感と緊張感」を200店舗の店長全員と共有しつづけるべく、毎日電話しつづけるのだ！

まさにここがマルハンの強さの秘訣でありトップ企業になった源動力なのだと思わざるをえない。ここを読めただけでも本書を買われる価値は十分あろうというものである。

とにかく本書はパチンコ業界（メーカー、販社も含め）の人はもちろん、パチンコ以外のレジャー産業の方々にも広く読んで頂きたい。AJ

「苦しみ」も「悲しみ」も楽しい

宮澤ミシェルの勝つための組織論

第13回

浦和レッズがJリーグ初優勝を果たした。各ポジションに中心となる選手がおり、バランスが良かった。FWワシントンの存在はもちろん、守備陣の貢献度も高い。最少失点に抑えることで安定した結果につながった。

そしてなにより、サポーターの力が大きい。ホームゲームでは常にスタジアムは満員。国立でのガンバとの最終節では6万4000人が集まった。相手チームはやり難かっただろう。実際、ホームでのレッズは無敗だった。

熱狂的なサポーターを前に消極的なところは見せられない。当然、ひとつひとつのプレーが積極的でアグレッシブになっていく。私が現役のころはホームアドバンテージやアウェイのやり難さはあまりなかったが、日本にもようやく、ホーム、アウェイを意識させるほど、チームが地域に根付いてきたと感じた。

元々、埼玉はサッカーが盛んで、競技者人口が多かった。自然と観客の目も肥えている。Jリーグ創設当初は弱小チームであったがサポーターは多かった。弱小チームでも自分たちがなれなかったプロ選手たちは憧れ。その憧れが弱くては許せない。サポーターの声が、選手補強や監督人事にまで影響を及ぼし、フロントを動かしてきた。

競技人口の増加、裾野の広さがサポーターの数・質を上げ、その力でトップチームのレベルを上げたのがレッズだった。

私がスーパーバイザーを務めるツエーゲン金沢でも、サッカースクール、ランチミーティング、福祉活動など、できる限り地域住民と交流を図っている。それが地域のためでもあり、自らの認知度を上げスタジアムに足を運んでもらうことにもつながる。

来年から北陸にも、四国アイランドリーグ同様、野球リーグができる。狭い地域なのでスポンサーなどもカブり、人気を二分するライバルになるだろう。だが私は大歓迎だ。もしサッカーに興味を持てなくても、野球に興味を持ってくれたら最高だ。地域も明るくなるし、体育館や運動場を作るにしても、スポーツ人口が多いほうが良い。

スポーツというのは、余暇の中で、感動や喜びなど、日常生活では味わえないことを経験できるものだ。観戦することもよいが、実際にスポーツをすれば、生活の中に色々な発展性が出てくる。

特に子供たちにとっては、自分がやりたいこと、そしてやらなくてはならないことが自分の日常生活のなかに入ってくる。決めた事をやり通す意思力、プレーする責任、練習の苦しさ、試合に負ける悔しさ、試合に出られない苦味。学校、先生の役割りが昔とは変わってきた分、今後はスポーツが果たす役割は大きいと思う。

「勝ち組」「負け組」で評価される現在の社会。学校や塾での勉強。競争社会は子供のころから始まっている。しかし、勝ち負けだけではなく、もっと様々な価値観を感じさせてあげたい。

スポーツは楽しい。変な言い方だが、苦しみも楽しい、悲しみも楽しい。喜怒哀楽全てが楽しい。色々な感情が味わえ、頭を使って工夫することもできる。

読者の皆さんも今年は何かスポーツを始められたらいかがでしょうか。AJ

みやざわ ミシェル

現役時代は、Jリーグジェフ市原(現ジェフ千葉)などで活躍。平成5年には日本国籍を取得し、日本代表候補にも選出される。2002年ワールドカップでNHKメイン解説者として参加。現在もNHK・日刊スポーツサッカー解説者として活躍中。自らの経験を活かして、講演や全国の子供たちを対象にしたサッカー指導も積極的に行っている。

「できない理由」と「言い訳ばかり」…

連載コラム
経営者の不満 第28回
文＝小倉 広

「隣にX店がオープンした影響で稼働が激減してしまいまして…」

顧問先の営業会議で店長が話します。議長席の社長は苦虫を噛み潰したような不機嫌顔。その視線から逃げるように店長が口早で続けます。「…その上、新台の人気が今ひとつで…」社長の指がイライラとテーブルを叩き始めました。「…これらのことが重なり、対予算を大きくショートしてしまいまして…」。店長が言い終わるや否や、社長の堪忍袋の緒が切れました。

「だ・か・ら・言い訳は要らんと言うとるやろ！ 足らない数字をどうするのか、それだけを話さんかい！」ビクッと小さく飛び上がる店長。「ひッ、必死で頑張ります…」。全員が無言でうつむく会議室。永遠に時間が止まったかのように重い空気がそこにありました。

ところ変わって社長室。ソファから身を乗り出して社長が話します。「オグラさん。お恥ずかしいがあれが我が社の現状、情けない限りです。いったいどうすれば言い訳が無くなるのでしょうか？」。

「社長。逆にお尋ねします。なぜ御社の会議では言い訳が多いのでしょうか？」私の質問に嘲笑を浮かべながら社長が答えます。「社員のレベルが低い、ということでしょう、ね」。

原因はそれだけでしょうか？ 私は再度、社長に投げかけました。じっと会議を見ていた私は、問題を見抜いていました。それは議事進行にあったのです。会議は①結果報告②原因分析③解決策の順で進められ、時間の大半が②に費やされていました。そのトーンが「言い訳」一色になっていたのです。

「社長。原因分析をやめませんか？」私は提案しました。部下が言い訳をするのは、上司が「原因分析」という名の言い訳をさせているから。私自身、以前それに気付かず、部下に言い訳をさせてしまっていました。

例えば、早朝会議に部長が遅刻した時。バツが悪そうに席に着こうとする部長に向かって私は言いました。「部長、何か皆に言うことがあるのではないですか？」私が望んでいたのは謝罪の言葉。皆に一言謝って欲しかったのです。ところが彼が話すのは延々とした言い訳。曰く電車が故障で遅れた、云々と。私はそれこそかんしゃくを起こし、先の社長と同じことを叫んだのでした。「言い訳は言うな！」と。

当の部長はこう思ったでしょう。「何もあんな言い方はないだろう…。ひどい社長だ」。反省と謝罪を促すはずの行為が、むしろ二重三重に言い訳する機会を与えてしまっていたのです。

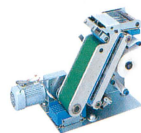
今の私が同じ場面に出会ったとしたら、おそらくこう言うでしょう。「部長、早く席に着いて。皆さんさあ、続けましょう！」。何事も無かったように、部長に一切言い訳をさせず淡々と進める。これが彼にとって一番考えさせることになるのだと思います。

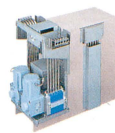
「原因分析」という名の言い訳を禁ずることでさらに副次的効果も表れます。「過去は変えることができないが未来ならば変えることができる」。この原則に集中することで、組織の空気が過去から未来志向へ、問題指摘から可能性創造へ変わっていくのです。

部下の問題行動は、上司が望んでいるからこそ起こる。それが実感できた「言い訳だらけの会議」だったのです。 AJ

おぐら　ひろし

株式会社ピー・ワーク総合研究所（旧社名：株式会社スピーク・イージー）代表取締役社長
大学卒業後、株式会社リクルート入社。クライアント企業の経営理念策定・浸透、人事諸制度設計、人材育成体系設計など組織変革のプロジェクト・マネジメントを担当。99年度年間最優秀コンサルタント。その後ベンチャー企業数社の役員を歴任。2003年株式会社スピーク・イージー代表取締役就任。ベンチャー企業経営コンサルタントの第一人者としてクライアントの組織づくり・人材育成を支援している。
http://www.p-work.net

KYORAKU
サーキットが提案する
島内玉貯留システム

BALL-WAX(研磨装置)

BALL-LIFTER(揚送装置)

BALL-FEEDER(搬送装置)

K'sシステムで接客サービスを向上

島内循環による安定の玉補給と確実な玉研磨でホールをサポート

『ボールフィーダー』システムは各島の玉保有量を自動調整し、急な出玉にも素早く対応する

スタッフは接客サービスが徹底されている

狭い空間にも設置可能な『ボールフィーダー』システム

駅前でありながら、ゆとりあるスペースを確保

札幌駅から地下通路で直通となる最高の立地に11月28日、『サン若草』(パチンコ126台/パチスロ58台)がリニューアルオープンした。

リニューアルにあたり、頭を悩ませたのが補給システムだ。地下1階にある同店は、天井が低く、傾斜を利用した島渡しトイでは天井を突き抜けてしまうのだ。

「以前は玉が詰まるたびに天井裏まで行き、玉詰まり部分を探していました。お客様にもストレスになるし、スタッフの負担も大きく、接客サービスが充分にできませんでした」と語るのは十河佳典店長。

そんな不安を一掃したのがKYORAKUだ。天井が低い店内に、島内玉貯留システム『K's』システムを組み込んだ。

「KYORAKUは全国の様々な店舗に導入している実績があるので、ノウハウが蓄積されていると感じました。島のレイアウトなど、我々でも気が付かない部分も的確にアドバイスしてくれます。玉補給は確実ですし、島渡しトイも水平で一本だけなので、見栄えも良いですね」

研磨布は40mのロール式。交換サイクルが長く、ランニングコストの低減にも貢献する。

「スタッフは接客サービスに集中できるようになりました。常連のお客様が多いので、笑顔があふれ、活気のある店にしていきたいです」

そんなホール作りを『K's』はハード面からサポートしている。

十川店長

お問い合せ:株式会社京楽 サーキット事業部 〒468-0065 名古屋市天白区中砂町420 TEL.052(831)8898

匠の技
モノづくりの精神
10

江戸木箸職人 竹田勝彦さん

文＝山本水絵
写真＝岡本　央

箸は道具より動具であるべき

自然界には"なるほど"と、うなる理にかなった形がある。理想形は円、座りのよさは角。そこに「使い勝手」という要素を加えることで、道を開いた職人がいる。

店の棚に、ずらりと並んだ200種ほどの手作りの箸。大正初期から作り始められ、培われた江戸箸の伝統に、「江戸木箸」の名で、新たな命を吹き込んだ。丸と四角ばかりだった箸の形状に、五角、六角、七角、八角など変化に富んだ一連の作品が生まれた。

自社ブランド「江戸木箸」の考案者で職人の竹田さんが本格的に箸作りを始めたのは、40の齢を過ぎてから。食器問屋に勤務し、全国各地に食器や箸を卸していたころ、仕事をしながら、不思議に思うことがあった。「器は多種多様なのに、どうして箸は丸や四角ばかりなのだろうか」。思いはつのり、20年以上勤めた会社を辞め、自ら問屋を始め、日ごろ思っていた疑問を解く作業が始まった。

箸は命の橋渡しをする大切な道具。しっくり手に馴染み使いやすいものでなければならない。素材は木、堅く丈夫なものであるべきだ。アイデアが次々浮んだ。ノートに書きとめ、箸職人のもとに走ったが、誰も耳を貸さなかった。それなら自分で作るしかない。

「大黒屋」という看板を掲げ、生まれたのが「江戸木箸」だった。素材に黒檀、紫檀、鉄木を選んだ。握りやすさを求めて四角の箸の角を45度の角度で削り、八角形の箸を作った。親指、人差し指、中指で掴むのに理想的な1角72度の五角形の箸を完成させるまでに3年を要した。長さの基本は21.5センチ、23.5センチ。機能性の良さはバランスの良さ、洗練された美につながった。板割りから始まり小割り、裾決めなど7工程ほどの作業の仕上げは生漆を布に含ませての磨き。自然木の優しさが光沢のある色合いに変わる。

「自分に合った自分好みの箸で、好きな料理をより一層おいしく食べてもらいたい」

「箸は道具。でも動具が正解なのではないか」。そう思い続け、新たな可能性を求めて角材に鉋する。

竹田勝彦（たけだ・かつひこ）
昭和17年2月1日生まれ。㈲「大黒屋」代表。会社勤めから45歳で独立し平成11年、「江戸木箸」の商標取得し箸作りを始める。丸や四角はもちろん、五角、六角、七角、八角の箸に加え納豆箸、サラダ箸、うどん箸など機能性のあるユニークな作品を次々発表。2005年には対象商品「ずんぐり箸」が社団法人インダストリアルデザイナー協会の優秀デザインに認定される。長男と娘婿が仕事を手伝う。東京都墨田区東向島2-3-6。電話（03）3611-0163　月～土10:00～17:00　定休日:日、祭、第2、3土曜日

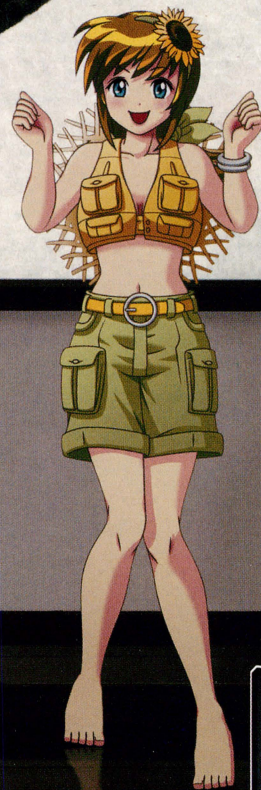
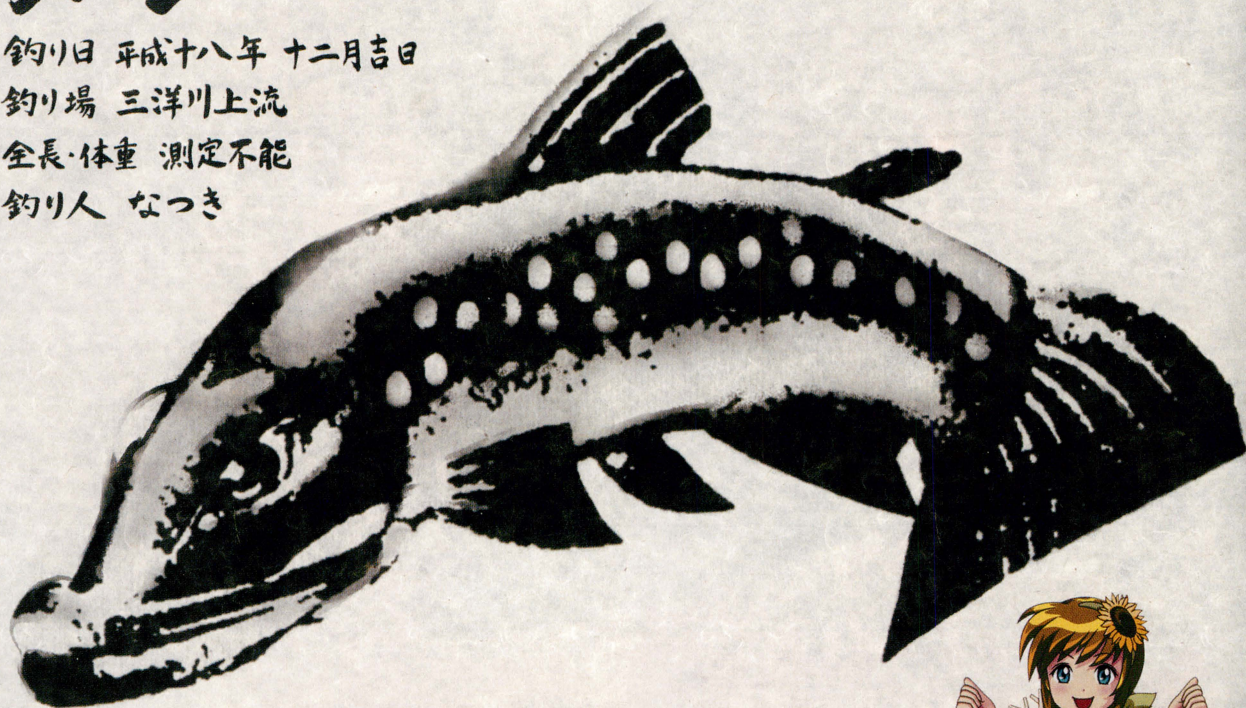
携帯用の専用スダレにのった下から、優秀デザインの対象となった18.5センチ、握りが太く先細で握力の弱い人でも使えるずんぐり箸。思い切り納豆を混ぜられる納豆箸。柔らかい豆腐をつかみやすい豆腐箸。くぼみに指をあわせれば正しい箸の持ち方になる上達箸。滑らない楽ちん箸。必ず平らな面が上を向く作りのお茶づけ箸

CR TRF

TRF are YU-KI / DJ KOO / SAM / CHIHARU / ETSU

http://trf.avexnet.or.jp/

最高のライブがここにある。

私の魅力におぼれなさい
Sexy Spy
杉本彩
OKUMURA
奥村販売株式会社
奥村遊機株式会社
www.monako.co.jp
©オフィス彩

KYORAKU
ウルトラマン
ウルトラボーナス
START
ULTRAMAN
あのバトルモードがパワーアップ!!
ぱちんこ
ウルトラマン
PACHINKO ULTRAMAN
©1966円谷プロ ©2006円谷プロ
P.C http://www.kyoraku.co.jp/ Mobile http://www.kyoraku.jp/

Amusement Japan
API
2007年1月10日発行（毎月1回10日発行）第10巻 第1号 通巻100号 発行人／近江孝男 編集人／野崎太祐 株式会社アミューズメント プレス ジャパン 〒150-0013 東京都渋谷区恵比寿1-21-10 TEL03-5447-0555
印刷所：図書印刷株式会社
定価3,150円［本体価格3,000円